

O źródłach dobrobytu miasta

Rozwój miast nie jest możliwy bez wzrostu gospodarczego. Dobrze prosperujące przedsiębiorstwa są motorem wzrostu, ponieważ to właśnie na poziomie przedsiębiorstwa (mikro, małego, średniego czy największego) następuje wytwarzanie bogactwa. Dlatego dobrze prosperujące, wygrywające konkurencję lokalną, krajową czy globalną oraz ekspansywne przedsiębiorstwa są istotnym warunkiem rozwoju miast i kraju. Tworzą miejsca pracy, dają utrzymanie gospodarstwom domowym, poprzez zarobki pracowników tworzą chłonność rynku w mieście. Odprowadzają również podatki państwowe (VAT, CIT) i lokalne (podatek od nieruchomości). Często też przedsiębiorstwa, kierując się misją społeczną biznesu, wspierają lokalną kulturę, sport, ochronę zdrowia, a także świadczą pomoc charytatywną. Bez finansowego wsparcia przedsiębiorstw nie odbyłaby się niejedna wystawa obrazów, premiera teatralna czy opera, koncert lub festiwal; nie mógłby również działać niejedyn klub sportowy. Najsilniejsze przedsiębiorstwa wpływają ponadto na architektoniczny wizerunek miasta, wznosząc nowoczes-

ne i eleganckie siedziby (na przykład siedziba Lotosu). „Gospodarka, głupcze!” – miał powiedzieć jeden z amerykańskich prezydentów. Należy pamiętać, że to właśnie przedsiębiorcy i menedżerowie firm – małych, średnich i największych – są drożdżami każdego rozwijającego się miasta.

Obowiązkiem prezydentów, burmistrzów, radnych i posłów jest nieustannie przypominać sobie i społeczeństwu, że źródłem dobrobytu miast i kraju nie jest rząd, sejm czy samorząd, ale dobrze prosperujące przedsiębiorstwa z ich menedżerami i pracownikami. Trzeba je wspierać i współpracować na co dzień, nie obawiając się oskarżeń o „udział w układzie” ze strony tych polityków i dziennikarzy, którzy uważają, że tylko centralny rząd jest źródłem dobrobytu.

Kapitał ludzki

Nowe rozwiązania polityki regionalnej nadają coraz większy priorytet niematerialnym składowym infrastruktury, przejawiającym się głównie w kapitale społecznym i wysokiej jakości administracji publicznej. Wzrost konkurencyjności tych czynników przyczynia się do rozwoju potencjału intelektualnego i kreatywności danego regionu oraz poprawy jakości życia, zwykle nierozzerwalnie powiązanych z lokalną kulturą w szerokim słowa tego znaczeniu. Kapitał społeczny, rozumiany jako infrastruktura wzajemnych relacji, która umożliwia zbiorowe działanie i wymaga wzajemnego zaufania oraz gotowości do współpracy w imię osiągania wzajemnie korzystnych celów, jest podstawowym czynnikiem umożliwiającym rozwój nowoczesnych gospodarek¹. Wartości niematerialne stopniowo stają się priorytetem polityki regionalnej.

We współczesnym świecie da się kupić niemal wszystko – można wynająć firmę reklamową, która będzie promować miasto, znaleźć inwestorów, zbudować sprawną administrację. Ale nic nie zastąpi ludzi – ich wykształcenia, umiejętności, zapалу, aktywności w działaniach gospodarczych i społecznych. Ludzie są najważniejszym i najcenniejszym zasobem, określającym szanse rozwoju miasta. W dłuższej perspektywie to ludzie – czyli kapitał społeczny – decydują o rozwoju ekonomicznym i o sukcesie miasta. Wartość zasobów ludzkich zależy od wielu czynników. Na część władze lokalne mają wpływ (na edukację, rynek pracy), na inne – w niewielkim stopniu (na przykład na strukturę demograficzną).

Sytuacja demograficzna Gdańska należy do najlepszych w grupie największych miast. Wskaźnik obciążenia demograficznego wynosi 5:1, co oznacza, że na dwie osoby w wieku produkcyjnym przypada nieco więcej niż jedna osoba młodsza lub starsza. Odsetek osób w wieku poprodukcyjnym należy do najniższych (17,1 procenta), podczas gdy współczynnik urodzeń należy do jednego z najwyższych w grupie największych miast (9,3 dziecka na tysiąc mieszkańców). Gdańsk jest więc miastem stosunkowo młodym²; ma przy tym około 18 procent mieszkańców z wykształceniem wyższym, przy średnim poziomie rzędu 20 procent w innych dużych miastach (Warszawa, Kraków, Wrocław).

Stopa bezrobocia w Gdańsku wyniosła na koniec czerwca 2008 roku tylko 2,5 procenta (jedynie 4934 zarejestrowanych bezrobotnych) i była najniższa od 1998 roku; również dynamika spadku stopy bezrobocia okazała się jedną z najwyższych w kraju. W 2007 roku Gdańsk zajął bardzo wysoką, drugą pozycję – po Katowicach, a przed Warszawą – pod względem wysokości przeciętnej miesięcznej płacy brutto w sektorze

przedsiębiorstw (3814,6 złotych). W 2007 roku wynagrodzenia w Gdańsku wzrosły o 17 procent w porównaniu z 2006 rokiem i był to największy wzrost wśród wszystkich miast wojewódzkich³. Tak wysoki poziom wynagrodzeń jest powodem do radości dla mieszkańców i dla mnie, ale też źródłem zmartwień przedsiębiorców. Wysokie zarobki gdańszczan świadczą o coraz wyższym standardzie życia i mogą zachęcać do osiedlania się w naszym mieście. Jednocześnie można się obawiać, że wysokie płace odstraszą potencjalnych inwestorów, którzy wybiorą miasta o niższych przeciętnych wynagrodzeniach, a więc i kosztach pracy. Szybki wzrost pensji może również świadczyć o narastającym deficycie rąk do pracy w niektórych branżach, takich jak budownictwo czy handel⁴.

Wskaźnik liczby podmiotów gospodarki narodowej przypadających na stu mieszkańców obrazuje atrakcyjność inwestycyjną i przedsiębiorczość mieszkańców danego miasta. Im wyższy wskaźnik, tym mocniejszy dowód, że miasto potrafi stworzyć odpowiednie warunki do prowadzenia działalności gospodarczej. Wśród dużych miast polskich największa liczba przedsiębiorstw na stu mieszkańców występuje w stolicy (ponad szesnaście), najmniejsza w Łodzi. Gdańsk zajmuje w tej klasyfikacji pozycję przedostatnią, z dwunastoma przedsiębiorstwami przypadającymi na stu mieszkańców⁵. Jednak w 2007 roku nasze miasto zajęło wysoką, drugą pozycję, tuż za Poznaniem, w kategorii dynamiki wzrostu liczby nowo rejestrowanych spółek prawa handlowego w stosunku do roku 2006. Przyrost spółek wyniósł w Gdańsku 471, to jest o 16,3 procenta spółek więcej niż w 2006 roku⁶. Oznaczać to może wzmocnienie gospodarczego wizerunku Gdańska, jak również może być efektem działania nowych struktur Urzędu Miejskiego, w tym Centrum Obsługi Przedsiębiorcy w Wydziale Polityki

Gospodarczej. Gdańsk był jednym z pierwszych miast w Polsce, w którym powstało takie centrum, w 2005 roku, nie czekając na rząd i sejm. Dzięki dobrej współpracy i otwartości przedsiębiorca rejestrujący działalność gospodarczą otrzymuje w jednym miejscu druki i informacje od przedstawicieli Urzędu Skarbowego, ZUS i Urzędu Statystycznego. Ze względu na brak odpowiednich ustaw nie jest to jeszcze dosłownie „jedno okienko”, ale przykład wspólnego elastycznego działania różnych rodzajów administracji.

W celu systematycznej promocji przedsiębiorczości wśród gdańszczan w 2005 roku powołałem Gdańską Fundację Przedsiębiorczości, której celem jest stworzenie i prowadzenie gdańskiego inkubatora przedsiębiorczości. Do tej pory fundacja – pod kierownictwem dynamicznej prezes Małgorzaty Jasnoch – udzieliła wsparcia w zakresie szkoleń i doradztwa ponad 3500 osobom. W planach ma rozwijanie szerokiej współpracy z gdańskimi szkołami, aby do procesu wychowania i kształcenia wprowadzić elementy edukacji przedsiębiorczości.

Dodatkową formą wsparcia firm inwestujących i tworzących w Gdańsku nowe miejsca pracy jest wprowadzone z mojej inicjatywy w 2004 roku czasowe zwolnienie od podatku od nieruchomości budowli, budynków lub ich części. Do sierpnia 2008 roku z tej formy pomocy publicznej Miasta skorzystało dziewięć firm, które w ten sposób zaoszczędziły, nie odprowadzając do budżetu podatku od nieruchomości, łącznie ponad trzy miliony złotych. Podobną formę pomocy publicznej – zwolnienia od podatku od nieruchomości w związku z utworzeniem nowych miejsc pracy – wprowadziło Miasto w 2006 roku w stosunku do firm otwierających działalność w gdańskiej filii Pomorskiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej. Gdańsk został udziałowcem w strefie, a od września 2008 roku przy

ulicy Trzy Lipy rozpoczął działalność Park Naukowo-Technologiczny imienia profesora Hilarego Koprowskiego.

Ważną formą wsparcia studentów – przyszłych pracowników, ale i potencjalnych pracodawców – są staże wakacyjne, organizowane od 2003 roku przez Urząd Miejski i zespół Ewy Miłek. Do tej pory wzięło w nich udział 1236 studentów, a liczba firm oferujących staże rośnie co roku, od 19 w 2003 roku do 55 w roku 2008. Wielu studentów odbywających te staże nie tylko zdobywa nowe doświadczenie zawodowe, ale często po ukończeniu studiów rozpoczyna pierwszą pracę właśnie w tych firmach.

Obecnie Gdańsk w porównaniu z najbardziej konkurencyjnymi dużymi miastami zajmuje dość przeciętną pozycję, choć niektóre wskaźniki, na przykład spadek stopy bezrobocia, wzrost płac czy struktura demograficzna, wysuwają go na pozycję lidera. Nadzieję budzą dynamiczne zmiany społeczno-gospodarcze ostatnich kilku lat. Kapitał ludzki zdaje się procentować, a miasto wykazuje poważny potencjał rozwojowy oraz przewagi konkurencyjne, które trzeba odpowiednio rozwijać i wykorzystywać.

Gdańskie lokomotywy biznesu

Rozwój gospodarczy miasta i jego dobrobyt budowany jest przez cały zróżnicowany sektor gospodarczy. Swój udział we wzroście gospodarczym mają zarówno tysiące małych, często jednoosobowych lub rodzinnych firm, jak i wielkie, dynamiczne lokomotywy, napędzające swym potencjałem znaczące segmenty rynku. Ze względu na rządowe programy rozwoju przemysłu jeszcze wiele największych przedsiębiorstw Gdańska

pozostaje nadal państwowych, choć dziewiętnaście lat po wprowadzeniu gospodarki wolnorynkowej różnice w sposobie funkcjonowania zakładów prywatnych i państwowych stały się drugorzędne. Można by przytoczyć sporo przykładów aktywnych działań przedsiębiorstw gdańskich, których pozytywne skutki odczuwa miasto i region.

Jednym z nich jest z pewnością realizowany przez Grupę Lotos w ramach rozbudowy gdańskiej rafinerii program „10+”. Pod względem skali i wartości to największe przedsięwzięcie inwestycyjne realizowane w pomorskim przemyśle do 2010 roku. Jego wartość oszacowano na około 5,6 miliarda złotych. Dzięki programowi „10+” w Gdańsku powstaje kilka nowoczesnych instalacji, które pozwolą na zwiększenie zdolności przerobowych ropy naftowej o 75 procent, z 6 do 10,5 miliona ton rocznie. Wartość spółki wzrośnie, a przychody ze sprzedaży koncernu mogą osiągnąć poziom dwudziestu miliardów złotych (dla porównania: w 2007 roku sprzedaż wyniosła ponad trzynaście miliardów złotych). Zysk netto powinien wzrosnąć do ponad miliarda złotych (obecnie 0,7 miliarda złotych). Oznaczać to będzie wzrost dochodów z podatku CIT dla miasta, Pomorza i budżetu państwa, wzrost wpływów z tytułu podatku od nieruchomości oraz większe środki finansowe na realizację misji społecznej biznesu – sponsorowanie kultury, sportu i ochrony zdrowia. Realizacja tego ambitnego i trudnego programu jest możliwa dzięki osobistej determinacji prezesa Grupy Lotos Pawła Olechnowicza, akceptacji ministra skarbu, wsparciu marszałka województwa pomorskiego i moim oraz wielu gdańszczan pracujących dla szefa obecnego rządu, Donalda Tuska.

Innym przykładem wzmacniania potencjału gospodarczego i marki Gdańsk jest działalność LPP S.A. W roku 2008 w ostatniej edycji listy 500 i Orłów „Rzeczpospolitej” laure-

atem w dziedzinie handlu i usług została gdańska firma z siedzibą w Dolnym Mieście – LPP S. A. Historia LPP dowodzi kluczowej roli pomysłowości, kreatywności i ciężkiej pracy ludzi przedsiębiorczych w osiągnięciu sukcesu gospodarczego. Siedemnaście lat temu absolwenci Politechniki Gdańskiej, Jerzy Lubianiec i Marek Piechocki, właściciele spółki LPP, sprowadzali elektronikę z Tajlandii. Obecnie stoją na czele największej w Polsce i jednej z największych w Europie firm odzieżowych, której wartość giełdowa, po przejęciu konkurencyjnego Artmana (z marką House), przekracza 4,2 miliarda złotych⁷.

Początki firmy były bardzo skromne: hurtownia specjalizująca się w odzieży importowanej z Chin. Właściciele jednak szybko się zorientowali, że dużo korzystniejsze jest zlecenie szycia ubrań, którymi można podbić polski rynek. Zaczęli otwierać własne sklepy – dzisiaj mają ich trzysta osiemdziesiąt we wszystkich liczących się centrach handlowych w Polsce. Nie zgodzili się na sprzedaż szybko rosnącej firmy jednemu z zachodnioeuropejskich gigantów. Spółka, kontrolowana przez polski kapitał, realizuje coraz popularniejszy model globalnego brokera biznesu, zajmuje się bowiem – jak pisze Andrzej K. Koźmiński – tworzeniem marek i zarządzaniem nimi, projektowaniem kolekcji, zarządzaniem siecią sprzedaży, marketingiem i sprzedażą. Dzięki temu modelowi biznesu LPP S. A. opanowała te ogniwa łańcucha, które przynoszą najwyższą wartość dodaną, nie podejmując beznadziejnej konkurencji z chińskimi producentami odzieży, lecz przeciwnie, wprzęgając ich do swojej sieci i podejmując z powodzeniem próbę uzyskania jak największej części marży dla siebie⁸. Wielkim sukcesem LPP jest marka Reserved i CroppTown, ale powstają też nowe, jak Re-Kids – kolekcja dziecięca ciesząca się dużą popularnością. LPP jest bliska stworzenia prawdziwie europej-

skiej marki, rozpoznawanej jak Zara hiszpańskiego Inditex czy szwedzki H&M.

Na mapie gospodarczej Gdańska nie wolno pominąć dużej roli tradycyjnego przemysłu stoczniowego. Przemysł stoczniowy wraz z firmami kooperującymi przez kilkadziesiąt ostatnich lat był największym pracodawcą w Gdańsku i na Pomorzu. Obecnie, po trudnych latach transformacji gospodarczej, przy spadku zatrudnienia, zmianach w technologii produkcji, ta część przemysłu stoczniowego, która została sprywatyzowana, dzięki determinacji menedżerów i załóg przeżywa rozkwit. Niestety, druga część, ciągle państwowa, przechodzi kolejne fazy kryzysu. Przemysł stoczniowy stanowi obecnie ważny sektor gospodarki Gdańska. Jest tu zarejestrowanych około półtora tysiąca firm specjalizujących się w produkcji i naprawie statków i łodzi. Sektor stoczniowy daje łącznie zatrudnienie około dziesięciu tysiącom ludzi. Większość podmiotów (około 95 procent), to mikroprzedsiębiorstwa, związane z kilkoma większymi stoczniami. Działalność stoczniowa koncentruje się na budowie dużych statków morskich, remontach i przebudowie oraz szkutnictwie. Całość produkcji tego sektora jest eksportowana. A wartość eksportu systematycznie wzrasta: z 4,83 miliarda złotych w 2005 do 5,8 miliarda złotych w 2007 roku⁹.

Gdańskim i polskim symbolem sukcesu w przemyśle okrętowym jest Grupa Remontowa, złożona z dwudziestu ośmiu firm i zatrudniająca sześć tysięcy pracowników. W rankingu magazynu „Drydock” zajmuje ona pierwsze miejsce w Europie pod względem remontów statków¹⁰. Każdego roku stocznia remontuje około dwustu statków, przebudowuje kilka, buduje zaś kilkanaście. Portfel zamówień na lata 2007–2009 obejmuje trzydzieści statków. Ostatnio Grupa Remontowa powołała pierwszą w Gdańsku firmę armatorską – Gdańskie Linie Mor-

skie. Dla gdańskiego armatora zwodowano dwa statki: „Eugeniusz Kwiatkowski” i „Gdańsk”. Te sukcesy nie byłyby możliwe bez silnego i nieprzerwanego przywództwa w Gdańskiej Stoczni Remontowej S.A. – jej prezesa Piotra Soyki. Soyka potrafił skupić wokół swojej wizji menedżerów i stoczniovców oraz związeki zawodowe. Za rządu Jerzego Buzka prezesowi Soyce udało się – przy akceptacji związków zawodowych – skutecznie przeprowadzić prywatyzację. Niestety, Stocznia Gdańska nie miała menedżera tej klasy, ani tak odpowiedzialnych działaczy związkowych. Dziś zatrudnia ona około trzech tysięcy pracowników i jest własnością firmy ISD Polska, należącej do ukraińskiego holdingu Donbas.

Oprócz liderów produkujących i remontujących statki działa w Gdańsku wiele mniejszych zakładów oferujących usługi stoczniove. Spośród nich należy wymienić największe, całkowicie prywatne stocznie: Maritim Shipyard (400 zatrudnionych), Warpak (350), Stocznia Wisła (210), Aluship Technology (170), Stal Rem (165), Odys Stocznia (120), czy Damen Marine Components Gdańsk (100). Bardzo dynamicznie rozwija się produkcja jachtów, dzięki czemu Gdańsk staje się klastrem przemysłu skutniczego. Branża ta daje zatrudnienie setkom skutników, producentów masztów, lin stalowych, żagli i osprzętu. Liderami w tej branży są Galeon Boat Builders ze Straszyna koło Gdańska i gdańska MTEP Polska – Sunreef Yachts (z kapitałem francuskim). Produkują one luksusowe jednostki, które znajdują nabywców od Nowej Zelandii, przez Arabię Saudyjską, Europę, po obie Ameryki¹¹.

Potęga gospodarcza i dobrobyt mieszkańców Gdańska od wieków wiązał się z funkcjonowaniem i rozwojem portu morskiego. Gdańsk był i powinien dalej być „miastem przepływów” (*gateway cities*)¹². Gdański port, wraz z rozbudowującym się za-

pleczem logistycznym i połączeniami transportowymi, w tym A-1 i Trasą Sucharskiego, a także modernizacją magistrali kolejowych, powinien takiej roli sprostać. Jeszcze w 2007 roku Gdańsk zachował pozycję lidera portów polskich, ale w 2008 ją utracił na rzecz zespołu portów Szczecin–Świnoujście, który dynamicznie poszerza swój udział w rynku portowym. Spadek przeładunków ropy i węgla w Gdańsku nie jest w pełni kompensowany przez inne towary. Dodatkowo port, administrowany przez Zarząd Morskiego Portu Gdańsk, znajduje się obecnie w trudnej sytuacji finansowej, choć nie brak mu terenów pod rozbudowę i rozwój. Tę szansę rozwojową terenów przyportowych próbuje znaleźć Miasto Gdańsk, które poszukuje silnego finansowo i doświadczonego prywatnego partnera do budowy dużego bałtyckiego centrum logistycznego na terenach portowych należących do Gdańska.

Znaczącym sukcesem Zarządu Morskiego Portu Gdańsk (ZMPG) pod kierownictwem Andrzeja Kasprzaka było odważne podjęcie współpracy z inwestorem brytyjsko-australijskim, który wybudował na terenie Portu Północnego głębokowodny terminal kontenerowy (DCT). Oddany do użytku w 2007 roku, może rocznie przeładować pół miliona TEU. Sukcesem DCT jest pozyskanie nowego klienta – największego operatora kontenerowego świata – Maersk Logistics, który przeszedł z gdyńskiego portu do nowego gdańskiego terminalu głębokowodnego. Oznacza to, że w niedalekiej przyszłości DCT Gdańsk będzie odgrywał rolę hubu na Bałtyku – stanie się kontenerowym portem przeładunkowym. Tylko bowiem DCT Gdańsk, jako jedyny port nad Bałtykiem, jest przystosowany do obsługi dużych statków oceanicznych, a więc bez pośrednictwa Rotterdamu, Hamburga czy Bremenhaven kontenery z USA czy Chin mogą płynąć bezpośrednio do Gdańska.

Warunkiem wykorzystania tych szans jest profesjonalizm Zarządu Morskiego Portu Gdańska, ale też stabilizacja warunków pracy. Przy obecnej ustawie o portach i przystaniach morskich takich warunków niestety nie ma. Każdy rząd i każdy nowy minister skarbu decyduje o tym, kto personalnie będzie zarządzał portem. Wpływ prezydentów miast portowych: Gdańska, Gdyni czy Szczecina, który powinien być kluczowy, jest co najwyżej symboliczny. Uważam, że samorząd miast portowych, podobnie jak w państwach „starej” UE, powinien mieć decydujący wpływ na rozwój portu. Nie ma żadnych racjonalnych argumentów uzasadniających utrzymywanie centrum decyzyjnego w Warszawie, a nie w Gdańsku. Kto bowiem lepiej zna port, gospodarkę morską niż ci, którzy pracują w porcie? Należy zdecentralizować zarządzanie polskimi portami morskimi i przekazać je naturalnym i historycznym gospodarzom¹³. Mam nadzieję, że Związek Miast Morskich podejmie się przygotowania nowej ustawy o portach i przystaniach morskich, która będzie odpowiadała wyzwaniom gospodarki XXI wieku.

Ważnym ogniwem funkcjonowania biznesu jest sektor bankowo-finansowy, reprezentowany w Gdańsku przez centralę GE Money Bank. Działają tu trzydzieści dwa oddziały różnych banków, łącznie sto czterdzieści pięć jednostek organizacyjnych, które obsługują klientów detalicznych i korporacyjnych. W mieście znajduje się też siedziba lidera rynku pośredników kredytowych – Dom Finansowy QS, stworzony od podstaw przez gdańszczyzanina Grzegorza Waluszewskiego. W Gdyni ma swą siedzibę centrala Nordea Bank Polska, a w Sopocie – centrala Spółdzielczych Kas Oszczędnościowo Kredytowych SKOK. W maju 2008 roku Rada Nadzorcza i Zarząd Banku Współpracy Europejskiej S. A. z siedzibą we Wrocławiu zdecydowały o przeniesieniu do Gdańska. Ta dość niecodzien-

na decyzja zapadła dzięki determinacji osób kierujących bankiem, między innymi prezesa Mariusza Karpińskiego i doradzających zarządowi banku kilku osób wywodzących się z Gdańska. Ale bez dużego potencjału gospodarczego Gdańska i Pomorza oraz perspektyw dynamicznego rozwoju z pewnością główny akcjonariusz (Fundusz Innova/4 L.P.) nie zdecydowałby się na przeniesienie banku. Gdańsk wygrał w ostrej konkurencji z innymi miastami, proponując spójny pakiet działań wspierających BWE S.A. w przeprowadzce do naszej nadbałtyckiej metropolii. Dzięki przeniesieniu do Gdańska centrali BWE S.A. oraz istniejącym już instytucjom finansowym pojawiła się szansa ukształtowania w Metropolii Gdańskiej najsilniejszego regionalnego klastra usług finansowo-bankowych na północ od Warszawy.

Kluczową funkcją gospodarczą Gdańska jest organizacja imprez targowych. Mamy nie tylko długą tradycję targową – sięgającą XIII wieku Jarmark Świętego Dominika – ale też atrakcyjne położenie, niezłe rozwiniętą sieć hotelową i lotnisko z ponad trzydziestoma połączeniami lotniczymi. Imprezy targowe znakomicie promują miasto i przyciągają turystykę biznesową. Od 1989 roku Międzynarodowe Targi Gdańskie S. A. (MTG), których głównymi akcjonariuszami są Miasto Gdańsk i samorząd województwa pomorskiego, systematycznie budują silną pozycję na polskim rynku wystawienniczym. MTG S.A. zajmuje trzecią pozycję (po Poznaniu i Kielcach) pod względem wynajętej powierzchni targowej i liczby wystawców. Natomiast według kryterium liczby zwiedzających MTG zajmuje czwartą pozycję po Poznaniu, Kielcach i Krakowie. Dzisiejsza siedziba MTG przy ulicy Beniowskiego w dłuższej perspektywie nie daje szans na rozwój, ponadto jest uciążliwa dla okolicznych mieszkańców. Dlatego wspólnie z zarządem MTG S.A.

rozważamy przeniesienie targów gdańskich do Letnicy, w pobliże przyszłego stadionu piłkarskiego. Dobrze skomunikowana dzielnica, z dużym parkingiem samochodowym, w prestiżowym sąsiedztwie Areny Bałtyckiej powinna dać Międzynarodowym Targom Gdańskim silny impuls rozwojowy.

Podsumowując, należy stwierdzić, że Gdańsk ma silnie zróżnicowaną strukturę gospodarczą, co oznacza odporność na czasowe wahania koniunktury w poszczególnych sektorach. Gdańsk wraz z otaczającymi miastami tworzy centrum silnego metropolitalnego bieguna wzrostu gospodarczego w regionie. Trzeba jednak jeszcze intensywniej przyciągać do Gdańska inwestorów krajowych i zagranicznych, przedsiębiorstwa i ludzi zdolnych do tworzenia i wdrażania innowacji. Wykształciliśmy silne sektory gospodarcze: petrochemiczny (z Lotosem na czele), unowocześniający się sektor stoczniowy oraz nowy, rozwijający się sektor oparty na IT i BPO (por. rozdział „IT i Business Process Offshoring – nowa specjalność Gdańska”). Siłą naszej gospodarki jest niezły fundament – małe i średnie rodzinne firmy rzemieślnicze, reprezentujące różne branże. Symbolem witalizmu rodzinnych firm są między innymi: Pelowski i Szydłowscy (piekarnictwo, gastronomia i hotelarstwo), Zarębski (produkcja form i maszyn oraz wody mineralnej), Zdunek (motoryzacja) czy Ziaja (produkcja leków i kosmetyków). W tych i wielu innych rodzinnych firmach różnych branż następuje akumulacja dwojakiego kapitału: doświadczeń przedsiębiorczości i finansowego – razem tworzą one silny fundament gdańskiej gospodarki.

Będziemy bardziej atrakcyjni inwestycyjnie

Atrakcyjność inwestycyjna rozumiana jest jako zdolność skłonienia do inwestycji w danym terenie¹⁴. Stanowi ona zbiór korzyści możliwych do osiągnięcia w trakcie prowadzenia działalności gospodarczej w określonej lokalizacji. Ten zbiór czynników lokalizacji czyni inwestycję atrakcyjną, gdy pozwala na redukcję nakładów i bieżących kosztów, ułatwia maksymalizację zysku i zmniejsza ryzyko niepowodzenia inwestycji¹⁵. Każdy inwestor, zależnie od rodzaju prowadzonej działalności gospodarczej, kieruje się innymi przesłankami, decydując się na lokalizację inwestycji w danym miejscu. Można jednak wyodrębnić pewne uniwersalne kryteria. Najczęściej zaliczamy do nich dostępność komunikacyjną, koszty i zasoby pracy, poziom rozwoju gospodarki, infrastrukturę gospodarczą, jakość środowiska przyrodniczego oraz stopień jego ochrony i poziom bezpieczeństwa powszechnego. Dodatkowo w badaniu atrakcyjności inwestycyjnej dla działalności usługowej bierze się pod uwagę chłonność rynku, a dla działalności hi-tech – poziom infrastruktury społecznej¹⁶.

Podregion gdański (Gdańsk–Sopot–Gdynia) w różnych badaniach atrakcyjności wypada dość słabo w porównaniu z konkurencyjnymi ośrodkami (warszawskim, śląskim, wrocławskim, krakowskim, poznańskim i łódzkim). Najgorzej przedstawia się jego atrakcyjność inwestycyjna dla działalności przemysłowej. Nie może to dziwić, ponieważ podregion gdański – poza stoczniami – historycznie nigdy nie był istotnym ośrodkiem

2007

OSIEMDZIESIĄTE URODZINY GÜNTERA GRASSA

ŚWIĘTOWALIŚMY NA ŁAWECZCE OBOK OSKARA

FOT. WOJTEK JAKUBOWSKI / KFP

przemysłowym. Gdańsk i Pomorze są słabo oceniane pod względem dostępności transportowej. Nasza metropolia jest praktycznie izolowana od reszty kraju. Brak dobrej infrastruktury drogowej utrudnia dostęp do regionu. Kluczową barierą jest wciąż nieistniejąca autostrada A-1, a przecież rola transportu drogowego wciąż rośnie ze względu na przemiany w technologii produkcji. Również połączenia kolejowe: Gdynia–Warszawa czy Gdynia–Wrocław zostaną zmodernizowane dopiero około 2013 roku. Naszym silnym atutem jest natomiast rozwój połączeń lotniczych oraz planowana rozbudowa lotniska imienia Lecha Wałęsy.

Wielkość i jakość zasobów pracy na Pomorzu i w Gdańsku nie jest zadowalająca dla rozwoju przemysłu i usług. Szybka poprawa sytuacji na rynku pracy, duży spadek bezrobocia, ale też bardzo wysoka dynamika wzrostu wynagrodzeń i rosnąca liczba wolnych miejsc pracy osłabiają atrakcyjność inwestycyjną regionu i stolicy metropolii¹⁷. Jedynie jakość środowiska przyrodniczego jest czynnikiem, który wyróżnia Pomorze i podregion gdański na tle konkurencyjnych regionów i ośrodków miejskich¹⁸. Dodatkowo stosunkowo atrakcyjna infrastruktura społeczna (poziom szkolnictwa, ochrona zdrowia, kultura, rozrywka i wypoczynek) może wpływać na osiedlanie się w podregionie gdańskim lepiej wykształconych potencjalnych pracowników sektora zaawansowanych technologii¹⁹. Innym atutem Gdańska i Pomorza jest duża chłonność rynku zbytu, wynikająca z wysokich zarobków i niskiego poziomu bezrobocia. Czynniki te podnoszą atrakcyjność Gdańska i podregionu dla działalności zaawansowanej technologicznie. Obecność wyższych uczelni, instytutów naukowo-badawczych, instytucji kultury oraz różnych usług opartych na wiedzy i kreatywności sprzyja lokalizacji usług i zaawansowanych technologii (por.

rozdział: „IT i Business Process Offshoring – nowa specjalność Gdańska”).

Przeciętny poziom atrakcyjności inwestycyjnej województwa pomorskiego i metropolii gdańskiej skłania do pytania o szanse poprawy tej sytuacji. Na część czynników oddziałujących na atrakcyjność lokalizacji firm mają wpływ władze samorządowe regionu i miasta. Do najważniejszych w tej grupie należy rozbudowa infrastruktury transportu i łączności, jakość obsługi inwestora w urzędzie, aktywność i otwartość władz lokalnych wobec inwestorów oraz akceptacja mediów i społeczeństwa. Niezwykle ważne jest progospodarcze nastawienie władz uczelni wyższych wraz z ich rektorami i władz oświatowych, wpływających na liczbę i jakość absolwentów szkół wszystkich stopni. Pozytywne stereotypy czy moda na miasto (tu dobrym przykładem jest Wrocław) należą do ważnych „miękkich” czynników lokalizacji firm.

Do czynników, na które władze samorządowe Pomorza i gmin Metropolii Gdańskiej nie mają bezpośrednio wpływu, należy usprawnienie komunikacji między naszym regionem a południem i zachodem Polski. W tym celu niezbędne jest wybudowanie autostrady A-1, stanowiącej polski odcinek transeuropejskiej drogi Północ–Południe. Autostrada A-1 stanowi klucz do awansu regionu pomorskiego w międzynarodowym systemie komunikacyjnym. Jej budowa rozstrzygnie o szansach węzła Gdańsk–Gdynia na przecięcie europejskich szlaków transportowych, oddali bowiem niebezpieczeństwo alternatywnego ukształtowania korytarza Północ–Południe. Oprócz autostrady niesłychanie ważne jest nowoczesne połączenie kolejowe – zaplanowana i częściowo realizowana modernizacja linii relacji Gdynia–Warszawa – a także rozbudowa gdańskiego portu lotniczego.

Zbliżające się mistrzostwa Euro 2012, których Gdańsk będzie gospodarzem, oraz obecnie realizowane na Pomorzu i w Gdańsku ogromne inwestycje infrastrukturalne, dofinansowywane z funduszy Unii Europejskiej, na pewno podniosą naszą atrakcyjność inwestycyjną. Miliardy złotych, które zostaną zainwestowane w Gdańsku, w metropolii i na Pomorzu, poprawią nie tylko standard życia mieszkańców i warunki funkcjonowania przedsiębiorstw, ale spowodują wzrost PKB, który jest syntetycznym wskaźnikiem poziomu produkcji, inwestycji, poziomu dochodów ludności – ogólnego poziomu życia. Według analiz i prognoz gdańskiego Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową wskaźnik dobrobytu w przeliczeniu na jednego mieszkańca Pomorza w 2015 roku wyniesie 78,2 procenta średniej unijnej²⁰. Można się domyślać, że w samym Gdańsku ten wskaźnik będzie jeszcze wyższy. Owe prognozy to oczywiście powód do satysfakcji, ale również do obaw. Oznaczają bowiem groźbę wykluczenia Pomorza, a zatem i Gdańska, z dostępu do największej części funduszy unijnych po 2013 roku, jako że pomoc Unii uwarunkowana jest tym, iż zamożność mieszkańców regionu (mierzona przez PKB na jednego mieszkańca) nie może przekroczyć 75 procent średniej unijnej.

Miejmy nadzieję, że polski rząd wynegocjuje podniesienie limitów pomocy w nowym siedmioletnim budżecie na lata 2013–2020, bo przecież Pomorzu i Gdańskowi nie uda się do 2013 zaspokoić wszystkich potrzeb w zakresie infrastruktury.

IT i Business Process Offshoring – nowa specjalność Gdańska

Gospodarka, podobnie jak wiele innych dziedzin życia, odnotowuje swoiste mody i trendy. Od jakiegoś czasu coraz częściej słyszymy z angielska brzmiące skróty BPO²¹ czy ICT²² przy okazji omawiania inwestycji zagranicznych. Thomas Friedman, który w 2005 roku wylansował metaforę „płaskiego świata”, swoją koncepcję rozwinął na podstawie obserwacji rosnącej roli Indii i Chin jako ogólnoświatowych centrów produkcji i usług²³. W „płaskim świecie” – dzięki globalizacji rynków i technologii informacyjnej – wszyscy zależą od wszystkich i wszystko od wszystkiego. I przez to „wszystko” tak szybko zmienia się ten świat. Coraz częściej polskie firmy i organizacje stają się częścią „płaskiego świata”.

Jednym z ważnych elementów budowania dynamicznych powiązań między przedsiębiorstwami jest proces transgranicznego outsourcingu działalności przedsiębiorstw, polegający na wydzieleniu i transferze poza granice kraju procesów i zadań, które nie stanowią ich głównej działalności²⁴, co nosi nazwę „offshoringu”. Może on być realizowany na dwa sposoby: poprzez zlecenie zagranicznym centrom zadań wydzielonych z przedsiębiorstw albo przeniesienie części działalności do zagranicznych jednostek zadaniowych korporacji. I tak, w zakresie danych i informacji, przedmiotem działalności wydzielonych centrów jest między innymi wprowadzanie, przetwarzanie, archiwizowanie danych, procesowanie transakcji, na przykład dokonywanych za pomocą kart płatniczych, czy usługi podatkowe. Przedsiębiorstwa coraz częściej wydzielają specjalistyczne usługi, między innymi z zakresu finansów i księgowości²⁵,

a nawet usługi medyczne świadczone są na odległość – na przykład przygotowanie dokumentacji medycznej, opisywanie wyników badań i diagnozowanie²⁶.

Offshoring procesów gospodarczych jest niezwykle atrakcyjny dla krajów przyjmujących, ponieważ tworzy w danym kraju i mieście wysoko wykwalifikowane stanowiska i dobrze płatne miejsca pracy, co może powstrzymać emigrację części absolwentów uczelni wyższych oraz podnosi konkurencyjność miast i regionów przyjmujących. Centra finansowo-księgowo i analityczne są szczególnym typem inwestycji, które stawiają przed potencjalnym miastem lokalizacji wysokie wymagania dotyczące kwalifikacji i jakości pracy, lokalnych zasobów ludzkich. Ze względu na charakter działalności owe centra ciągle szkolą pracowników i podnoszą jakość kapitału ludzkiego. Z tego powodu ryzyko przeniesienia takiego centrum do innego miasta w celu poszukiwania tańszych pracowników jest mniejsze niż w wypadku na przykład inwestycji produkcyjnych²⁷. Dziś najwięcej centrów usługowych lokalizowanych jest w Indiach oraz w Chinach. Ale inwestycje typu *offshore* od paru lat wybierają nowe kraje członkowskie Unii Europejskiej, w tym Polskę. Nasz kraj ze względu na członkostwo w Unii, wielkość rynku oraz liczbę absolwentów wyższych uczelni i znajomość języków obcych ma wiele szans na przyciągnięcie inwestycji BPO.

W Gdańsku mamy kilka przykładów tego typu inwestycji: Lufthansa Systems Poland (zatrudnia ponad 290 osób), First Data Corporation (USA), Arla Foods (Dania), Acxiom (USA), Zen Sar Technologies (Indie), Kainos Software (Wielka Brytania), Sii (Francja), a w Gdyni: Reuters (Wielka Brytania). Naszym celem jest przyciągnięcie dalszych inwestycji tego typu do Gdańska i miast Metropolii Gdańskiej. Warunkiem sukce-

su jest rosnąca w Gdańsku liczba dobrze wykształconych ludzi ze znajomością języków obcych oraz odpowiednia powierzchnia dostępnych i nowoczesnych biur. Efektywną formą pomocy dla nowych inwestorów jest – nowatorski w skali kraju – program stypendialny Prezydenta Gdańska, przeznaczony dla studentów uczelni wyższych, przygotowujących się do zatrudnienia w ramach nowej inwestycji na terenie miasta. Od 2007 roku skorzystały z tej pomocy dwie firmy, a dwudziestu dwóch studentów z Gdańska przeszło wielomiesięczne specjalistyczne szkolenie w hinduskim mieście Pune.

Ważnym czynnikiem wspierania działalności typu *offshore* jest aktywna promocja gospodarcza Metropolii Gdańskiej w krajach azjatyckich – Indiach, Chinach i Japonii – a także jeszcze ściślejsza współpraca z Polską Agencją Informacji i Inwestycji Zagranicznych. Przykładem rosnącej roli Gdańska na rynku BPO było pierwsze międzynarodowe Baltic Innovation Forum, zorganizowane w Gdańsku w dniach 11–12 września 2008 przez Miasto Gdańsk, Urząd Marszałkowski Województwa Pomorskiego oraz samorządy Sopotu i Gdyni. Forum, które było przeglądem dotychczasowych inwestycyjnych możliwości rozwoju, potwierdziło szanse naszego miasta na stanie się regionalnym liderem na rynku inwestycji typu *offshore*. Budujemy sieć współpracy, a zainteresowanie wielu firm, zwłaszcza indyjskich, potwierdził szef Zen Sar, jednocześnie prezes indyjskiego związku menedżerów branży BPO.

Nowe firmy z branży BPO świetnie się integrują z istniejącą od kilku lat w Gdańsku grupą firm z branży IT. Dumni jesteśmy z ulokowania w Gdańsku centrum rozwoju technologii – Intel Technology Poland sp. z o.o. (360 zatrudnionych), Young Digital Planet (300 osób), Jeppesen Boeing Company (120 osób), Compuware (100 osób), GE Security Polska (85 osób), Satel

(220 osób), OKE Poland (50 osób). Wiele tych firm stworzyli absolwenci Politechniki Gdańskiej i dopiero później – z dużym zyskiem dla ich założycieli – odkupili je globalni gracze (na przykład Intel). Często firmy te powstawały na podstawie infrastruktury uczelni, mając u źródeł przedsiębiorczość akademicką.

Niektóre z nowych firm stają się marką gospodarczą Gdańska. Przykładem może być Young Digital Planet S. A. (YDP), jedna z największych firm „gdańskiej doliny krzemowej”, jak nazywane są tereny w pobliżu lotniska w Rębiechowie. YDP zajmuje pozycję światowego lidera w produkcji interaktywnych programów edukacyjnych. Swoją działalność rozpoczęła w 1990 roku, a dziś sprzedaje swoje produkty do ponad trzydziestu krajów świata. Sztandarowym produktem firmy jest seria Euro Plus+, interaktywne kursy językowe. YDP stworzyła także program dla szkół podstawowych i gimnazjalnych, pod nazwą eduROM. Produkty YDP zdobyły wiele nagród w kraju i za granicą. Najważniejszą nagrodą międzynarodową jest Euro Prix, przyznawana najlepszemu europejskim produktom multimedialnym przez austriackie ministerstwo gospodarki i Komisję Europejską.

Sektor IT i BPO może stać się w przyszłości jednym z podstawowych sektorów gospodarczych i ważnym pracodawcą w Gdańsku i Metropolii Gdańskiej. Nasze atuty to: środowisko naturalne, rozwój gospodarczy, infrastruktura społeczna i gospodarcza, jakość zasobów pracy, chłonny rynek i niezła lotnicza dostępność komunikacyjna²⁸.

Gdańsk – raj turystyczny

Turystyka odgrywa coraz większą rolę w gospodarce wielu miast i regionów, w tym także Gdańska. Usługi turystyczne obejmują różne czynności niezbędne dla turysty, umożliwiające mu dojazd do miejsca pobytu, pobyt, a następnie powrót do miejsca stałego zamieszkania. Usługi turystyczne współgrają zatem z usługami transportowymi (kolej, lotnictwo, transport osobowy, transport morski), hotelarskimi (usługi noclegowe), informacyjnymi, gastronomicznymi, kulturalnymi, bankowymi, usługami pośrednictwa i organizacji, usługami przewodników, handlowymi, rzemieślniczymi oraz wypoczynkowymi i kultury fizycznej²⁹. Turystyka oddziałuje zatem na wiele dziedzin gospodarki i wywołuje popyt, tworząc miejsca pracy oraz generując dochody.

Gdańsk jest z jedną z podstawowych marek turystycznych Polski. To miasto atrakcyjne turystycznie, o czym piszę w części „Dobra marka, czyli Gdańsk”. W strategii marki Gdańska stawiamy przed sobą cel zwiększenia liczby turystów odwiedzających nasze miasto, zwłaszcza poza sezonem turystycznym. Chcielibyśmy w ciągu najbliższych lat spopularyzować turystykę w Gdańsku we wszystkich porach roku. We współpracy z organizacjami turystycznymi i przedsiębiorcami działającymi w przemyśle turystycznym musimy wykreować nowe atrakcje. Gdańsk chce uczestniczyć w „podziale tortu” krótkoterminowych wyjazdów krajowych, głównie wizyt rodzinnych i wyjazdów weekendowych. Sprzyja temu rosnący poziom motoryzacji (46 procent polskich rodzin ma już własne auto), za którym, miejmy nadzieję, pójdzie budowa sieci autostrad. Gdańskowi i Metropolii wybudowanie autostrady A-1 oraz modernizacja

połączenia kolejowego Gdynia–Warszawa (skrócenie dojazdu do 2,5 godziny) przyniesie wzrost przyjazdów weekendowych. Naszym bogactwem jest również lokalizacja w niezwykle interesującym otoczeniu kulturowym: Malbork i szlak zamków krzyżackich, Kaszuby i Kociewie, Mierzeja Wiślana i Półwysep Helski, na który wiedzie szlak dawnych pałaców i siedzib dworskich.

W ubiegłym roku Gdańsk odwiedziło 5 400 000 osób, w tym 4 300 000 turystów krajowych i 1 100 000 zagranicznych. Z bazy noclegowej skorzystało w 2007 roku 1 700 000 turystów, w tym 700 000 z zagranicy³⁰.

Obecnie w Gdańsku działa dziewiętnaście hoteli, które oferują łącznie ponad trzy tysiące miejsc. Ponadto mamy sto trzydzieści sześć całorocznych obiektów noclegowych (pensjonaty, domy wczasowe i tym podobne) – oferują one łącznie ponad trzysta tysięcy miejsc noclegowych³¹. W stolicy Pomorza trwa hotelowy boom. Pod koniec czerwca tego roku otwarto nowy czterogwiazdkowy hotel Gdańsk przy ulicy Szafarnia (110 miejsc). Na początku 2009 roku zostanie udostępniony nowy hotel sieci Radisson przy Długim Targu (około 200 miejsc). Trwa adaptacja budynku dawnego Cefarmu przy ulicy Chmielnej, róg Podwala Przedmiejskiego, na hotel (189 miejsc). Znany gdański przedsiębiorca hotelarski Jan Wójcikiewicz (właściciel hotelu Hanza) na kupionej od miasta działce buduje hotel Hilton (150 pokoi, sale konferencyjne i basen na dachu, z widokiem na Motławę). Gdański Hilton będzie drugim w Polsce, poza już istniejącym hotelem w Warszawie. Natomiast Accor Orbis planuje budowę hotelu między ulicą Heweliusza a ulicą Rybaki Górne, obok istniejącego już Mercure Hevelius. Planowane są też hotele na Wyspie Spichrzów (inwestor hiszpański) i przy Długim Targu. Poza Śródmieściem

Gdańska przygotowuje się projekty hotelowe na Przymorzu. Podobnie Sopot i Gdynia budują nowe hotele; wszystkie one, razem z gdańskimi, będą obsługiwały gości Euro 2012.

Ważnym ogniwem rozwoju turystyki jest Port Lotniczy imienia Lecha Wałęsy. W 2007 roku obsłużył 1 715 816 pasażerów, a już w pierwszym półroczu 2008 pasażerów było 1 161 068 (dwudziestosześcioprocentowy wzrost w stosunku do 2007 roku). Dziś gdańskie lotnisko oferuje regularne połączenie z jedenastoma krajami Europy; trzydzieści sześć tras obsługiwanych jest przez dziesięć linii lotniczych³². Do 2012 lotnisko otrzyma nowy terminal pasażerski i będzie mogło przyjąć do siedmiu milionów pasażerów rocznie. Już dziś znajduje się ono w ścisłej czołówce lotnisk regionalnych w Polsce (po Krakowie i Katowicach). Otwarty w sierpniu 2008 pierwszy w Polsce terminal obsługi pasażerskiej w Śródmieściu Gdańska (przy ulicy Heweliusza) przyczyni się do podniesienia komfortu obsługi pasażerów i wzrostu prestiżu lotniska.

Od kilku lat polskie miasta portowe są coraz częściej odwiedzane przez wycieczkowce. Ten nowy rodzaj turystyki morskiej niezwykle dynamicznie rozwija się w świecie i w Europie. I choć nadal Morze Śródziemne wiede prym w Europie, to i Bałtyk staje się szybko rozwijającym się rynkiem. W Polsce krajowym liderem jest Gdynia, mająca najkorzystniejsze warunki infrastrukturalne, choć sama nie jest głównym celem podróży turystów. W tym roku Gdynia przyjęła ponad dziewięćdziesiąt statków, do Gdańska zawinęło ponad czterdzieści. W ten sposób pojawiło się około stu pięćdziesięciu tysięcy turystów z wycieczkowców, którzy zostawili około dziesięć milionów euro w naszych sklepach i kawiarniach³³.

Z myślą o mieszkańcach i turystach gdański Zarząd Transportu Miejskiego w 2006 roku, między majem a połową wrze-

śnia, otworzył regularne połączenia tramwaju wodnego z Sopotem i Helem. W 2006 z tej formy transportu skorzystało 189 000 turystów, w 2007 i 2008 – po około 241 000. Wskazuje to na ogromny potencjał turystyczny Gdańska i pozostałych miast położonych w pasie nadmorskim. Na wykorzystanie turystyczne ciągle czekają liczne rzeki i kanały Gdańska oraz okolic. Oddana do użytku na tysiąclecie Gdańska (w 1997 roku) marina żeglarska przy ulicy Szafarnia zdobyła już silną pozycję w świecie żeglarskim. Narodowe Centrum Żeglarstwa w Górkach Zachodnich, wybudowane przez Akademię Wychowania Fizycznego i Sportu, pod kierunkiem rektora profesora Wojciecha Przybylskiego, wraz z sąsiednimi przystaniami żeglarskimi tworzy już dziś prężny klaster żeglarski. W przygotowaniu jest program inwestycyjny „Pętla Żuław”, który dodatkowo ożywi szlaki śródlądowe. W przyszłości, po 2013 roku, należy zbudować drugą marinę żeglarską w kanale na Stępcie.

Matt Gross, dziennikarz „The New York Timesa”, który podróżuje po Europie i pisze reportaże do cyklu „Wielka wyprawa”, entuzjastycznie podsumował swoją wizytę w Gdańsku: „Gdańsk to turystyczny raj, a z Sopotem i Gdynią tworzą riwierę”. Miasta, które odwiedza dziennikarz „NYT”, podsuwają mu internauci, oddający głos w sondzie na jego blogu. Gdańsk zdobył 56 procent głosów, wyprzedzając Kopenhagę (33 procent) i Hamburg (11 procent)³⁴. Gross ze szczegółami opisał spacer po Głównym Mieście i wyprawy kajakiem po Motławie. Podkreślił, że Gdańsk to „czyste miasto, w którym można jeść, pić i bawić się”. Ta opinia amerykańskiego dziennikarza potwierdza nasze spostrzeżenia, że osoby, które odwiedzają Gdańsk po raz pierwszy, wyjeżdżają stąd zauroczone naszym miastem. Stajemy więc przed wyzwaniem, aby dotrzeć

do tych milionów Europejczyków i obywateli innych kontynentów, którzy jeszcze do nas nie przyjechali. Pokazuje to, jak istotnym elementem przyciągania turystów jest promocja miejsca.

W gdańskim Urzędzie za promocję odpowiada Biuro Prezydenta ds. Promocji Miasta, które zleca co roku drukowanie folderów, odpowiada za prezentację Gdańska na zagranicznych targach turystycznych, przygotowuje kampanie reklamowe. W 2007 roku po raz pierwszy przeprowadziliśmy dużą kampanię reklamową kosztem 1,8 miliona złotych. Kampania objęła swoim zasięgiem kilka miast Irlandii i Wielkiej Brytanii oraz wszystkie duże polskie miasta. Hasłem reklamy było: „Gdańsk – odważ się, zobacz sam”. W 2008 roku hasło kampanii wizerunkowej Gdańska, skierowanej tym razem tylko na rynek polski, brzmiało: „Gdańsk. Tu się żyje”. Jej celem, zgodnie ze strategią marki Gdańsk, było zdynamizowanie wizerunku Gdańska, przede wszystkim wśród ludzi młodych, zachęcenie ich do osiedlenia się, do nauki i pracy w Gdańsku. Kampania kosztowała 1,1 miliona złotych i obejmowała emisję spotów reklamowych w TVN i TVN24 oraz w portalach internetowych onet.pl, edu.pracuj.pl i edulandia.pl. W centrach największych miast pojawiły się również wielkoformatowe billboardy. Spora część kampanii outdoorowej udostępniona została miastu bezpłatnie, w ramach nagrody, którą firma AMS przyznała Gdańskowi w 2007 roku w konkursie na najlepszy System Informacji Miejskiej.

Polska jest atrakcyjnym kierunkiem podróży służbowych, rozwój gospodarki sprzyja bowiem wszelkiego rodzaju spotkaniom biznesowym, a także konferencjom i kongresom. Stanowią one jedną czwartą wszystkich przyjazdów do Polski. Spośród wydatków, zaliczanych do turystycznych największe były

właśnie te związane z pobytem o charakterze służbowym – 290 USD na osobę. Wysokie wydatki towarzyszyły zwłaszcza kongresom i konferencjom (370 USD na osobę)³⁵. Centralne położenie Polski w Europie, rozbudowa lotnisk regionalnych oraz warszawskiego Okęcia, a w perspektywie rozbudowa sieci autostrad będą sprzyjać rozwojowi tego segmentu turystycznego w Polsce.

Na podstawie danych o liczbie konferencji i kongresów organizowanych w poszczególnych krajach, organizacje międzynarodowe lokują Polskę na dwudziestym szóstym (według UIA – Union of International Associations) i dwudziestym (według ICCA – International Congress & Convention Association) miejscu na świecie. Nasz kraj jest często wymieniany jako *emerging market*, nowy, atrakcyjny kierunek dla międzynarodowych spotkań, konferencji i kongresów. W 2005 roku z inicjatywy mojej i Gdańskiej Organizacji Turystycznej (GOT) powołano Gdańsk Convention Bureau (GCB). GCB odgrywa coraz większą rolę jako źródło informacji oraz instytucja pierwszego kontaktu dla osób zainteresowanych zorganizowaniem konferencji czy kongresu w Gdańsku i w Trójmieście, służąc jako konsultant i doradca w zakresie dostępnych usług, jak i cen.

W rozwoju turystyki biznesowej kluczową rolę – poza odpowiednią liczbą i klasą hoteli – odgrywają obiekty konferencyjne. GCB dokonało analizy przydatności różnych obiektów, które dysponują miejscami konferencyjnymi w ustawieniu amfiteatralnym. Najwięcej takich obiektów jest w Gdańsku – sześćdziesiąt pięć (z 29 561 miejscami). Gdynia ma jedenaście takich obiektów, Sopot – dziesięć. Najbardziej znanym obiektem tego typu jest kompleks Polskiej Filharmonii Bałtyckiej na Ołowiance w Gdańsku, w której znajduje się półtora tysiąca

miejsc konferencyjnych. Nowe możliwości organizowania konferencji (choć w ograniczonym czasie) stwarza rozbudowywany oliwski kampus Uniwersytetu Gdańskiego. Według danych GCB z 2006 roku w Gdańsku odbyły się 632 konferencje, które zgromadziły 50 366 uczestników. Dla większego rozwoju turystyki potrzebne jest profesjonalne centrum kongresowe w Gdańsku. Zleciliśmy konsultantom tej branży specjalistyczne badanie potencjalnych lokalizacji centrum kongresowego; poszukujemy też partnerów biznesowych dla sfinansowania jego budowy.

Aby przyciągać skutecznie nowych turystów, trzeba nie tylko nośnej reklamy, lecz także przygotowania w mieście nowych atrakcji. W ciągu najbliższych kilku lat zostanie wybudowane (tuż przy historycznej Bramie nr 2 Stoczni Gdańskiej) Europejskie Centrum Solidarności, w którym przy wykorzystaniu najnowszych technik opowiemy naszą historię zmagania o wolność. Przedstawimy fenomen „Solidarności” – wyjątkowego w dziejach Europy pokojowego i masowego ruchu wolnych obywateli, który bez rozlewu krwi doprowadził do upadku reżimu komunistycznego. W dawnych fortach okalających historyczne centrum od strony ulicy 3 Maja i dworca autobusowego w kolejnych etapach budowane jest centrum nauki Hewelianum, w którym każdy zwiedzający zapozna się z najnowocześniejszymi osiągnięciami nauki. Nową atrakcją architektoniczną i żywą instytucją kulturalną będzie z pewnością Gdański Teatr Szekspirowski, który stanie na tyłach Domu Harcerza. Jestem przekonany, że przyciągnie on tłumy zwiedzających, podobnie jak londyński The Globe. Dodatkową atrakcją, zarówno dla mieszkańców, jak i dla turystów, będzie planowane w pasie nadmorskim centrum rekreacji wodnej – akwapark i SPA. Miasto zaoferuje potencjalnym inwestorom

atrakcyjny teren pod budowę kompleksu basenów i hotelu oraz pubów i sklepów.

Nowym etapem w rozwoju polskiej i gdańskiej turystyki staną mistrzostwa Euro 2012. Setki milionów widzów na całym świecie dowiedzą się z transmisji telewizyjnej o Gdańsku i wyjątkowym stadionie piłkarskim w Letnicy. A dziesiątki tysięcy przyjadą do Gdańska na mecze grupowe i ćwierćfinały. Jestem przekonany, że Euro 2012 pozostawi trwały efekt w postaci wzmocnienia turystycznej atrakcyjności naszego miasta i Metropolii Gdańskiej.

Wsparcie rozwoju usług turystycznych stanowią rozwinięte szkolnictwo średnie, Akademia Wychowania Fizycznego i Sportu oraz Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa, systematycznie kształcące wysokiej klasy pracowników dla tego sektora. Swoistym ewenementem w skali całej Polski jest powstanie i rozwój portalu turystycznego wakacje.pl, założonego w 1999 roku w Gdańsku. Ta nieduża firma, stworzona przez młodych entuzjastów, jest dziś najdłużej działającym portalem turystycznym oraz liderem na polskim rynku turystyki on-line. Wakacje.pl jako pierwszy portal w Polsce umożliwiły swoim klientom pełną rezerwację i zakup on-line pakietów wycieczkowych, stając się jednocześnie liderem technologicznym polskiej branży turystycznej. To kolejny dowód, ile w każdym sektorze gospodarki może zdziałać innowacyjne podejście.

MARZEC 2007

WOJCIECH SZCZUREK, JACEK KARNOWSKI I PAWEŁ ADAMOWICZ
PODPISUJĄ KARTĘ TRÓJMIASTA – ZNACZĄCY KROK
KU METROPOLII GDAŃSKIEJ
FOT. TOMASZ ŁUCZYC-WYHOWSKI