



BADANIE POTENCJAŁU SPOŁECZNO - GOSPODARCZEGO ELBLĄGA I SUWAŁK

Etap III - potencjał turystyczny Elbląga i Suwałk

Rezultaty

Zamawiający:
Gmina – Miasto Elbląg
Ul. Łączności 1
82-300 Elbląg

Warszawa 31.03.2011



Spis treści

2.1.1	Dostępność komunikacyjna i transport publiczny na terenie Elbląga i Suwałk.....	4
2.1.2	Specyfika ruchu turystycznego na terenie Elbląga i Suwałk.....	6
2.1.3	Ocena atrakcyjności turystycznej Elbląga i Suwałk.....	9
2.1.4	Perspektywy rozwoju branży turystycznej.....	13



1. Wprowadzenie

Niniejszy raport sporządzony przez firmę Kantor Doradcy w Zarządzaniu Sp. z o.o. we współpracy z Instytutem Badawczym IPC stanowi prezentację kluczowych rezultatów trzeciego etapu prac związanych z realizacją projektu pn. „Badanie potencjału społeczno-gospodarczego Elbląga i Suwałk” i poświęcony został analizie potencjału turystycznego Elbląga i Suwałk. Pełny opis badania przedstawiony został w ramach osobnego dokumentu pn. „Etap III – potencjał turystyczny Elbląga i Suwałk. Szczegółowy opis badania”.

Na potrzeby przedmiotowego raportu zastosowane zostały następujące metody badawcze:

Tabela 1. Zastosowane metody badawcze

Rodzaj badania	Zakres badania
Analiza danych wtórnych	Dostępne dane wtórne od 2005 roku
CATI z mieszkańcami Elbląga i Suwałk	1 814 mieszkańców z obydwu miast
CATI z mieszkańcami Polski	1 196 mieszkańców Polski
CAWI z młodzieżą z Polski	3 000 młodych osób z Polski
Badanie fokusowe przez Internet	8 badań fokusowych, 64 respondentów
IDI z przedsiębiorcami z branży turystycznej z Elbląga i Suwałk	20 wywiadów
Badanie etnograficzne z osobami, które na zaproszenie wykonawcy raportu odwiedziły Elbląg i Suwałki	10 badań etnograficznych
PAPI z turystami odwiedzającymi Elbląg i Suwałki	809 turystów odwiedzających obydwa miasta

Źródło: Opracowanie własne Kantor Doradcy w Zarządzaniu Sp. z o.o.

Raport zaprojektowany został w taki sposób, aby osobno omówić każde z kluczowych zjawisk dotyczących potencjału turystycznego obydwu miast. W pierwszej części raportu omawiane są zagadnienia związane z dostępnością komunikacyjną i transportem publicznym na terenie Elbląga i Suwałk. W kolejnej części dokumentu omawiana jest specyfika ruchu turystycznego na terenie obydwu miast. W następnej kolejności prezentowane są wyniki oceny atrakcyjności turystycznej Elbląga i Suwałk. Końcowa część dokumentu



przeznaczona została na przedstawienie zagadnień związanych z perspektywami rozwoju branży turystycznej w tych miastach.

Projekt zrealizowany został na zlecenie Urzędu Miasta i Gminy w Elblągu i podlega współfinansowaniu ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej.



2. Kluczowe obserwacje i wnioski

Kluczowe zagadnienia i wnioski z raportu prezentowane są w rozbiciu na poszczególne obszary tematyczne. W pierwszej kolejności prezentowane są zagadnienia związane z dostępnością komunikacyjną obydwu z omawianych miast. Następnie prezentowane są informacje nt. wielkości oraz specyfiki ruchu turystycznego w miastach. Kolejna część rozdziału poświęcona została analizie ocen i opinii dotyczących atrakcyjności turystycznej obydwu ośrodków. Jako ostatnie omawiane są zagadnienia związane z perspektywami rozwoju branży turystycznej w każdym z miast.

2.1.1 Dostępność komunikacyjna i transport publiczny na terenie Elbląga i Suwałk

W ramach projektu oceniane były opinie nt. dostępności komunikacyjnej obydwu ośrodków oraz dostępności i jakości transportu publicznego w nich dostępnego. Dostępność komunikacyjna rozumiana była poprzez łatwość dojazdu do/z miasta. Tabela poniżej prezentuje opinie na temat dostępności komunikacyjnej oraz transportu publicznego w miastach uzyskane w ramach badania PAPI z turystami, CATI z mieszkańcami Polski, IDI z przedsiębiorcami z Elbląga i Suwałk oraz badania etnograficznego z osobami, które na zaproszenie wykonawcy raportu odwiedziły obydwa miasta.



Tabela 2. Dostępność komunikacyjna w Elblągu i Suwałkach

Dostępność komunikacyjna i transport publiczny		
	Elbląg	Suwałki
	<ul style="list-style-type: none"> W opinii ankietowanych mieszkańców Polski zwiększenie dostępności komunikacyjnej Elbląga wpłynie pozytywnie na wzrost jego atrakcyjności turystycznej. W opinii osób, które odwiedziły Elbląg dojazd do miasta jest utrudniony, brak bezpośrednich połączeń koleją z dużymi miastami takimi jak Warszawa, Poznań, Kraków czy Wrocław zmusza podróżnych do przesiadek w Malborku lub Tczewie. Ankietowani turyści odwiedzający miasto ocenili zewnętrzną dostępność komunikacyjną Elbląga średnio na 4,23 w skali od 1 do 5. Ankietowani turyści odwiedzający miasto ocenili Elbląg w kategorii <i>komunikacja miejska/transport lokalny</i> na 4,31 w skali od 1 do 5. 	<ul style="list-style-type: none"> W opinii ankietowanych mieszkańców Polski zwiększenie dostępności komunikacyjnej Suwałk wpłynie pozytywnie na wzrost atrakcyjności turystycznej miasta. Brak sprawnych połączeń komunikacyjnych (włączając w to połączenia kolejowe) z resztą kraju zostało wskazane przez przedsiębiorców z Suwałk, jako główna bariera rozwoju turystyki w mieście. Ankietowani turyści odwiedzający miasto ocenili zewnętrzną dostępność komunikacyjną Suwałk średnio na 2,99 w skali od 1 do 5. Ankietowani turyści odwiedzający miasto ocenili Suwałki w kategorii <i>komunikacja miejska/transport lokalny</i> na 2,8 w skali od 1 do 5.

Źródło: Opracowanie własne Kantor Doradcy w Zarządzaniu Sp. z o.o.

Choć problem z dojazdem do miasta zgłaszany jest zarówno w Elblągu, jak też w Suwałkach, to problem ten zdecydowanie silniej podkreślany jest w Suwałkach, w przypadku, których położenie w odległym od większości głównych polskich miast zakątku Polski w sposób bardziej zdecydowany, aniżeli w Elblągu uzależnia ruch turystyczny w mieście, od jakości połączeń drogowych oraz kolejowych z miastem. W Elblągu negatywne opinie związane z dostępnością komunikacyjną miasta znacznie częściej, aniżeli w Suwałkach ukierunkowane są na połączenia kolejowe. Turyści proszeni o ocenę zewnętrznej dostępności komunikacyjnej obydwu miast zdecydowanie surowiej ocenili Suwałki.

W ocenie transportu publicznego dostępnego w danym mieście istotnie wyższy wynik również uzyskał Elbląg. Ocena Suwałk – 2,99 na 5 wskazuje, iż w tym obszarze jest jeszcze dużo do zrobienia.



2.1.2 Specyfika ruchu turystycznego na terenie Elbląga i Suwałk

Charakterystyka ruchu turystycznego determinowana jest przez szereg czynników, zaczynając od rodzaju dostępnych atrakcji turystycznych, wizerunku miasta, atrakcyjności bazy hotelowej i restauracyjnej po dostępność komunikacyjną. W tabeli poniżej zaprezentowane zostały kluczowe informacje dotyczące wielkości i charakterystyki ruchu turystycznego w Elblągu i Suwałkach. Przedstawione informacje zostały uzyskane w ramach analizy danych wtórnych oraz badania PAPI z turystami odwiedzającymi obydwa miasta.

Tabela 3. Ruch turystyczny w Elblągu i Suwałkach

Specyfika ruchu turystycznego na terenie Elbląga i Suwałk		
	Elbląg	Suwałki
Liczba turystów	<ul style="list-style-type: none"> Liczba turystów odwiedzających Elbląg w ciągu w latach 2005-2009 wzrosła, z 43 498 osób w 2005 roku do 58 967 osób w 2009 roku, tj. o 35,6%. 	<ul style="list-style-type: none"> Liczba turystów odwiedzających Suwałki wzrosła w latach 2005-2009 z 33 127 osób w 2005 roku do 34 661 osób w 2009 roku, tj. o 4,63%.
Długość pobytu	<ul style="list-style-type: none"> W przypadku Elbląga dominowali turyści krótkookresowi – 64% odwiedzających nie zostaje w mieście dłużej niż 1 dzień. 	<ul style="list-style-type: none"> Zdecydowana większość (65,9%) ankietowanych turystów odwiedzających Suwałki zdecydowała się na pobyt obejmujący 1 nocleg (35,7%) lub dłuższy (30,2%).
Cele podróży	<ul style="list-style-type: none"> Zasadniczym celem przyjazdu do Elbląga turystów z Polski były: <ul style="list-style-type: none"> o Zakupy (37%); o Wypoczynek (20%); o Odwiedziny rodziny/znajomych (13%). 	<ul style="list-style-type: none"> Zasadniczym celem przyjazdu do Suwałk turystów z Polski były: <ul style="list-style-type: none"> o Turystyka aktywna (48,3%); o Wypoczynek (36,1%); o Zwiedzanie zabytków (23,6%).



Specyfika ruchu turystycznego na terenie Elbląga i Suwałk

Pochodzenie turystów	<ul style="list-style-type: none"> W próbie turystów odwiedzających Elbląg dominującą grupę stanowili: <ul style="list-style-type: none"> Mieszkańcy województwa warmińsko-mazurskiego(42%); Mieszkańcy województwa pomorskiego (15%); Mieszkańcy województwa kujawsko-pomorskiego (8%). Najmniej liczni byli turyści z województw zachodniopomorskiego, wielkopolskiego, świętokrzyskiego, śląskiego oraz lubelskiego (0,0%). 	<ul style="list-style-type: none"> W próbie turystów odwiedzających Suwałki dominującą grupę stanowili: <ul style="list-style-type: none"> Mieszkańcy województwa warmińsko-mazurskiego(40,9%); Mieszkańcy województwa opolskiego (19,7%); Turyści zagraniczni (z których zdecydowana większość to obywatele Litwy). Najmniej liczni byli turyści z województw łódzkiego, pomorskiego oraz wielkopolskiego (0,0%). Zaskakująco niski udział w próbie ankietowanych turystów mieli mieszkańcy województwa podlaskiego (1%).
Dojazd do miasta	<ul style="list-style-type: none"> Największa część badanych turystów dotarła do Elbląga samochodem (52%), autobusem linii regularnej (20%) oraz pociągiem (14%). 	<ul style="list-style-type: none"> Największa część badanych turystów dotarła do Suwałk samochodem (80,3%), autokarem (13,8%) oraz pociągiem (5,9%).
Źródło informacji o mieście	<ul style="list-style-type: none"> Turyści odwiedzający Elbląg, jako główne źródła informacji o mieście wskazywali: <ul style="list-style-type: none"> Rodzinę i znajomych (51%); Internet (21%); Informację turystyczną (15%); Foldery i ulotki (12%). 	<ul style="list-style-type: none"> Turyści odwiedzający Suwałki, jako główne źródła informacji o mieście wskazywali: <ul style="list-style-type: none"> Rodzinę i znajomych (52,2%); Internet (33,5%); Informację turystyczną (14,8%).
Polecenie miasta znajomym	<ul style="list-style-type: none"> 70% turystów odwiedzających Elbląg odpowiada twierdząco na pytanie, czy poleciliby wizytę w Elblągu swoim znajomym. Jedynie 8% ankietowanych odpowiada „nie”, lub „zdecydowanie nie”. 	<ul style="list-style-type: none"> 86% turystów odwiedzających Suwałki odpowiada twierdząco na pytanie, czy poleciliby wizytę w Suwałkach swoim znajomym. Jedynie 11% ankietowanych odpowiada „nie”, lub „zdecydowanie nie”.



Specyfika ruchu turystycznego na terenie Elbląga i Suwałk

Planowane miejsce noclegu	Elbląg	Suwałki
	<ul style="list-style-type: none">Ankietowani turyści zapytani o planowane miejsce noclegu w trakcie pobytu w Elblągu wskazywali:<ul style="list-style-type: none">Znajomych (29%);Rodzinę (20%);Hotel (15%);Pensjonat (13%).	<ul style="list-style-type: none">Ankietowani turyści zapytani o planowane miejsce noclegu w trakcie pobytu w Suwałkach wskazywali:<ul style="list-style-type: none">Pensjonat (24,1%);Hotel (19,2%);Kwaterę prywatną (18,2%).

Źródło: Opracowanie własne Kantora Doradcy w Zarządzaniu Sp. z o.o.

Liczba turystów odwiedzających Elbląg w ciągu ostatnich lat istotnie wzrosła. W Suwałkach wzrost liczby turystów odwiedzających miasto był zdecydowanie bardziej umiarkowany.

Turyści przyjeżdżający do Elbląg częściej odwiedzają miasto na jeden dzień, a jeżeli już zostają na noc to zatrzymują się przede wszystkim u znajomych i rodziny. Główne cele przybycia do Elbląga to zakupy, wypoczynek oraz odwiedziny u znajomych i rodziny. Na tym tle korzystniej z punktu widzenia branży turystycznej i hotelarskiej wypadają turyści odwiedzający Suwałki, którzy zdecydowanie częściej pozostają na dłużej, zatrzymują się przede wszystkim w hotelach i pensjonatach, a ich głównym celem pobytu jest aktywna turystyka, wypoczynek i zwiedzanie zabytkowych miejsc.

W odniesieniu do głównych obszarów pochodzenia turystów odwiedzających miasto, to w przypadku Elbląga dominują mieszkańcy województwa warmińsko-mazurskiego oraz województw ościennych. W przypadku Suwałk natomiast, poza dominacją mieszkańców województwa warmińsko-mazurskiego uwagę należy zwrócić na istotny udział turystów zagranicznych (prawie w całości obywatele Litwy) oraz mieszkańców bardziej odległych województw. Wskazania wymaga również niski udział turystów z województwa podlaskiego w ankietowanej grupie odwiedzającej Suwałki.

Dominującymi wśród ankietowanych turystów źródłami informacji o Elblągu i Suwałkach są rodzina i znajomi (marketing szeptany), Internet oraz informacja turystyczna. W odniesieniu do Elbląga znacznie częściej aniżeli w Suwałkach wskazywane były również ulotki i foldery. Sami turyści w zdecydowanej większości gotowi są polecić odwiedzenie obydwu miast swoim znajomym.

Choć dominującym środkiem podróży do obydwu miast jest samochód, to warto zwrócić uwagę, iż w przypadku Suwałk jest to środek zdecydowanie bardziej dominujący nad alternatywnymi, aniżeli w Elblągu, w którym za dużą część ruchu turystycznego odpowiadają także regularne połączenia autobusowe oraz kolejowe.



2.1.3 Ocena atrakcyjności turystycznej Elbląga i Suwałk

Na atrakcyjność turystyczną miasta składa się liczna grupa czynników – od położenia geograficznego, okalającej miasto natury, poprzez dostępność plaż i zbiorników wodnych, imprez kulturalnych, zabytków i muzeów, kończąc na takich zagadnieniach jak czystość i bezpieczeństwo oraz dostępność wysokiej jakości infrastruktury turystycznej. W ramach niniejszego raportu atrakcyjność turystyczna Elbląga i Suwałk oceniana była zarówno przez mieszkańców, turystów, jak i przedsiębiorców. Poniższa tabela zawiera zestawienie kluczowych wniosków przeprowadzonej oceny.

Tabela 4. Ocena atrakcyjności turystycznej Elbląga i Suwałk

Ocena atrakcyjności turystycznej Elbląga i Suwałk		
	Elbląg	Suwałki
Główne atrakcje turystyczne	<ul style="list-style-type: none"> • Za najciekawsze turystycznie miejsca w mieście elblążanie uznali starówkę, Kanał Elbląski (wraz z możliwością spływu/rejsu kanałem) oraz Bażantarnię. • Mieszkańcy Polski zapytani o główne atrakcje turystyczne w Elblągu odpowiedzieli analogicznie jak mieszkańcy Elbląga wskazując na Kanał Elbląski oraz starówkę. • Przedsiębiorcy z branży turystycznej wskazując główne atrakcje turystyczne Elbląga odpowiedzieli w ten sam sposób wskazując kolejno Kanał Elbląski oraz starówkę. 	<ul style="list-style-type: none"> • Za najciekawsze miejsca w mieście suwałczanie uznali Aquapark oraz otaczającą miasto naturę - zbiorniki wodne, lasy i parki. • Mieszkańcy Polski za główne atrakcje turystyczne w Suwałkach uznali otaczające miasto jeziora oraz lasy. • Przedsiębiorcy z branży turystycznej za największe atrakcje Suwałk uznali: <ul style="list-style-type: none"> ○ Przyrodę/walory krajobrazu (Suwalski Park Krajobrazowy, Wigierski Park Narodowy, Puszcę Augustowską); ○ Muzeum Konopnickiej; ○ Spływy kajakowe Czarną Hańczą; ○ Aquapark; ○ Stok narciarski.



Ocena atrakcyjności turystycznej Elbląga i Suwałk

Atuty miast	Elbląg	Suwałki
Walory przestrzeni turystycznej	<ul style="list-style-type: none"> Zdaniem przedsiębiorców z branży turystycznej największym atutem Elbląga jest położenie geograficzne: <ul style="list-style-type: none"> Bliskość morza; Lokalizacja nad Mierzeją Wiślaną; Duża liczba zabytków, zamków gotyckich. Zdecydowana większość (71%) mieszkańców Elbląga uważała, że zabytki w mieście to sfera atrakcyjna lub bardzo atrakcyjna. Według mieszkańców miasta przyroda to jedna z najbardziej atrakcyjnych sfer miasta - 82% respondentów z Elbląga wskazało ten element, jako atrakcyjny lub bardzo atrakcyjny. Elblążanie ocenili swoje miasto, jako bezpieczne (38%) lub bardzo bezpieczne (25%). Większość elblążan oceniła walory krajobrazowe miasta, jako sferę bardzo atrakcyjną (43%) lub atrakcyjną (36%). Większość elblążan uważała, że ofertę sportowo-rekreacyjną miasta można uznać za atrakcyjną (31%) lub średnio atrakcyjną (25%). 	<ul style="list-style-type: none"> Zdaniem przedsiębiorców z branży turystycznej największym atutem Suwałk jest: <ul style="list-style-type: none"> Położenie geograficzne w otoczeniu jezior i lasów; Zaplecze turystyczne (pensjonaty, gospodarstwa agroturystyczne); Mieszkańcy oraz ich przyjazne nastawienie do turystów. Jedynie 34% mieszkańców Suwałk uważa zabytki w swoim mieście za atrakcyjne lub bardzo atrakcyjne. Większość (60%) ankietowanych mieszkańców Suwałk uważa przyrodę w regionie swojego miasta za bardzo atrakcyjną, 34% respondentów uważa ją jedynie za atrakcyjną. Suwałczanie ocenili swoje miasto, jako bezpieczne (43%) lub bardzo bezpieczne (36%). Zdecydowana większość suwałczan oceniła walory krajobrazowe miasta, jako sferę bardzo atrakcyjną (69,1%) lub atrakcyjną (19,8%). Większość suwałczan uważała, że ofertę sportowo-rekreacyjną miasta można uznać za średnio atrakcyjną (52%) lub atrakcyjną (16%).
Baza noclegowa	<ul style="list-style-type: none"> W roku 2009 liczba obiektów hotelowych w Elblągu wyniosła 14 (dla porównania - 13 w będącym wiodącym w województwie ośrodkiem miejskim Olsztynie, 150 w całym woj. warmińsko-mazurskim). 	<ul style="list-style-type: none"> W roku 2009 liczba obiektów hotelowych w Suwałkach wyniosła 3 (dla porównania - 13 w będącym wiodącym w regionie ośrodkiem miejskim Białymstoku, 51 w całym woj. podlaskim).



Ocena atrakcyjności turystycznej Elbląga i Suwałk

Obiekty
konferencyjne i
wystawiennicze

W 2009 roku w Elblągu znajdowało się 10 obiektów konferencyjnych. W analogicznym okresie wiodący w województwie Olsztyn posiadał 12 takich ośrodków. W całym województwie warmińsko-mazurskim znajdowało się ich natomiast 127.

W 2009 roku w Suwałkach znajdowały się 3 obiekty konferencyjne. W wiodącym w województwie Białymstoku było ich w analogicznym okresie 11, 70 zaś znajdowało się na terenie całego województwa podlaskiego.

Źródło: Opracowanie własne Kantor Doradcy w Zarządzaniu Sp. z o.o.

W odniesieniu do głównych atrakcji turystycznych Elbląga, bez względu na grupę respondentów najczęściej podawane były jednakowe odpowiedzi – Kanał Elbląski oraz starówka. W Suwałkach, zarówno mieszkańcy miasta, jak też mieszkańcy reszty kraju podkreślali walory otaczającego miasto środowiska naturalnego – lasy, parki oraz zbiorniki wodne. Przedsiębiorcy z branży turystycznej wskazali dodatkowo Muzeum Konopnickiej, spływy kajakowe Czarną Hańczę, Aquapark oraz stok narciarski. Zapytani z kolei o największe turystyczne atuty swojego miasta przedsiębiorcy z Elbląga wskazywali bliskość morza, Mierzei Wiślanej, oraz znaczną liczbę zabytków, w tym zamków gotyckich. Przedsiębiorcy z Suwałk w odpowiedzi na identyczne pytanie wskazują na korzystne położenie geograficzne, zaplecze turystyczne oraz przyjaźnie nastawionych mieszkańców. Na podobne pytanie dotyczące obydwu miast zbiorczo mieszkańcy Polski wskazują na położenie geograficzne, bezpieczeństwo wypoczynku oraz umiarkowane ceny usług turystycznych.

Będący potencjalnymi turystami ankietowani mieszkańcy Polski, zapytani o czynniki stanowiące o przewadze atrakcyjności turystycznej analizowanych miast względem innych ośrodków zdecydowanie łatwiej znajdowali je w przypadku Suwałk, wskazując na bogactwo walorów przyrodniczych oraz dostępność i jakość dostępnych atrakcji. W odniesieniu do Elbląga mieszkańcy Polski wskazywali na dobrą dostępność komunikacyjną oraz położenie geograficzne.

W odniesieniu do ocen poszczególnych aspektów atrakcyjności miasta przez mieszkańców w takich aspektach jak atrakcyjność zabytków, przyrody, oferty sportowo-rekreacyjnej, oferty kulturalnej oraz walorów krajobrazowych miasta mieszkańcy obydwu miast wystawiają w większości wysokie noty. Również (z wyjątkiem pytania o atrakcyjność zabytków) widoczny jest fakt, iż mieszkańcy Suwałk wyżej oceniają swoje miasto, aniżeli robią to mieszkańcy Elbląga.

Sytuacja ulega odwróceniu w przypadku ocen turystów odwiedzających obydwa miasta. W przypadku badanych kategorii w skali od 1 do 5, gdzie 5 jest oceną najwyższą, dla Elbląga średnie oceny turystów w znacznej



większości zawierały się w przedziale 4-4,5. Analogiczny przedział dla Suwałk kształtował się niżej i wynosił 3-4. Oznacza to, iż o ile suwalczanie są znacznie mniej krytyczni wobec własnego miasta, aniżeli mieszkańcy Elbląga, o tyle w opinii odwiedzających miasta turystów to właśnie w Suwałkach jest jeszcze większy margines do poprawy.

Jakość bazy noclegowej w obydwu miastach oceniona została podobnie – na około 4, w analogicznej skali, jak przedstawiana powyżej, i to pomimo faktu, iż Elbląg dysponuje znacznie szerszą bazą hotelową, aniżeli Suwałki. Wytłumaczyć to można tym, że w Suwałkach znacznie większą rolę odgrywają pensjonaty oraz kwatery prywatne, które również dostarczają miejsc noclegowych dobrej jakości.

W odniesieniu do liczby obiektów konferencyjnych to w Elblągu można znaleźć ich trzykrotnie więcej, aniżeli w Suwałkach. W obydwu miastach występują nieliczne obiekty wystawiennicze.



2.1.4 Perspektywy rozwoju branży turystycznej

Branża turystyczna jest powszechnie wskazywana, jako jeden z kluczowych filarów rozwoju regionu Polski Wschodniej. Miasta objęte badaniem znajdują się w otoczeniu atrakcyjnych turystycznie obszarów naturalnych, w pobliżu lasów, skansenów przyrody i zbiorników wodnych. W celu pełnej oceny potencjału turystycznego analizowanych ośrodków przeprowadzone zostały m.in. wywiady z przedsiębiorcami z branży turystycznej w obydwu miastach. Przedsiębiorcy proszeni byli o ocenę potencjału turystycznego swojego miasta, wskazanie głównych atrakcji, barier w rozwoju swojej branży oraz o plany inwestycyjne. Kluczowe rezultaty zostały przedstawione w poniższej tabeli.

Tabela 5. Rozwój branży turystycznej w Elblągu i Suwałkach

Rozwój branży turystycznej		
	Elbląg	Suwałki
Ocena potencjału turystycznego miasta przez branżę	<ul style="list-style-type: none"> Przedsiębiorcy z branży turystycznej oceniają potencjał turystyczny miasta i regionu, jako znaczny. W wywiadach przeważają opinie pozytywne, wskazujące jednak na fakt, iż potencjał ten pozostaje niewykorzystany. Najciekawsze wskazywane przez przedsiębiorców atrakcje turystyczne miasta to Kanał Elbląski oraz starówka. W opinii przedsiębiorców obecnie widoczni są turyści głównie z Polski, choć dają się zauważyć również turyści z Niemiec. 	<ul style="list-style-type: none"> Przedsiębiorcy z branży turystycznej uważają, iż Suwałki wraz z okolicami mogą wywierać bardzo silne wrażenie na przyjeżdżających do miasta turystach. W ocenie potencjału turystycznego miasta przeważają opinie skrajnie pozytywne. Najciekawsze wskazywane przez przedsiębiorców atrakcje to Suwalski Park Krajobrazowy, Wigierski Park Narodowy, Puszcza Augustowska oraz Aquapark. W opinii przedsiębiorców turyści odwiedzający miasto to turyści aktywni i wielbiciel przyrody. Po części jest to według nich warunkowane brakiem infrastruktury turystycznej pozwalającej na wypoczynek pasywny.



Rozwój branży turystycznej

Rozwój branży turystycznej	
Bariery w rozwoju branży turystycznej	<ul style="list-style-type: none">Jako główne bariery w rozwoju branży turystycznej przedsiębiorcy z tego sektora wymienili:<ul style="list-style-type: none">Brak zintegrowanych działań promocyjnych miasta;Brak możliwości swobodnego przepływu statkiem po rosyjskich wodach terytorialnych, co uniemożliwia zabranie turystów na otwarte morze;Elbląg nie jest miastem całorocznym, sezon turystyczny trwa tylko latem w związku, z czym turyści przyjeżdżają tylko latem.Prowadzenie działalności gospodarczej związanej z branżą turystyczną, zdaniem przedsiębiorców z Elbląga nie jest łatwe, przyczynia się do tego stanu rzeczy mała liczba turystów w mieście.Zdaniem badanych brak jest szkoleń, seminariów, kursów, które pozwoliłyby przedsiębiorcom z branży zapoznać się z nowymi informacjami i trendami w turystyce.
Plany inwestycyjne	<ul style="list-style-type: none">Część przedsiębiorców z branży turystycznej z Elbląga nie planuje w najbliższym czasie inwestować w rozwój swoich firm. Podejście to wynika z braku pewności, że środki zainwestowane się zwrócą.Przedsiębiorcy w większości deklarowali, iż nie jest im potrzebny inwestor zewnętrzny w celu wsparcia rozwoju ich przedsiębiorstw.
	<ul style="list-style-type: none">Jako główne bariery w rozwoju branży turystycznej przedsiębiorcy z tego sektora wymienili:<ul style="list-style-type: none">Brak dobrego połączenia komunikacyjnego;Brak zintegrowanych działań promocyjnych miasta.Prowadzenie działalności gospodarczej związanej z branżą turystyczną, zdaniem przedsiębiorców z Suwałk nie jest łatwe, przyczynia się do tego stanu rzeczy złe skomunikowanie miasta z resztą kraju, co ma wpływ na liczbę turystów.
	<ul style="list-style-type: none">Przedsiębiorcy z branży turystycznej z Suwałk chcą rozwinąć swoją ofertę, ale nie posiadają konkretnych planów. Jediną wskazywaną barierą może być pozyskiwanie środków finansowych na realizację dalszych inwestycji.Przedsiębiorcy w większości deklarowali, że byliby zainteresowani podjęciem współpracy z inwestorem/partnerem strategicznym w celu dalszego rozwoju swoich firm.

Źródło: Opracowanie własne Kantor Doradcy w Zarządzaniu Sp. z o.o.



Zarówno w przypadku Elbląga, jak też Suwałk, przedsiębiorcy z branży turystycznej oceniają potencjał turystyczny swoich miast, jako wysoki. W oczach przedsiębiorców z branży turystycznej profil turystów odwiedzających Suwałki jest zdecydowanie bardziej wyrazisty, aniżeli turystów odwiedzających Elbląg. Są to ludzie aktywni, miłośnicy przebywania na łonie natury i aktywnego wypoczynku. W przypadku Elbląga brak jest jednoznacznego wyodrębnienia dominującej grupy turystów.

W przypadku prośby o wskazanie głównych barier rozwoju branży turystycznej przedsiębiorcy z obydwu miast wskazują brak zintegrowanej promocji miasta i regionu. Ponadto przedsiębiorcy z Elbląga wskazują na brak możliwości swobodnego zabrania turystów na otwarte morze, oraz na możliwość funkcjonowania ruchu turystycznego jedynie w okresie letnim. Przedsiębiorcy z Suwałk podkreślają za to brak dobrego połączenia komunikacyjnego z resztą kraju, co skutecznie zniechęca turystów do przyjazdu. Obie grupy przedsiębiorców nie uważają prowadzenia działalności turystycznej w swoim mieście za zadanie łatwe. Dodatkowo przedsiębiorcy z Elbląga mile widzieliby dostarczenie przystępnych informacji dotyczących najnowszych trendów w branży w formie szkoleń, seminariów i kursów.

Zarówno w odniesieniu do planów inwestycyjnych, jak też do pozyskiwania ewentualnych inwestorów zewnętrznych stosunek przedsiębiorców w obydwu miastach jest różny. Przedsiębiorcy z Suwałk częściej aniżeli przedsiębiorcy z Elbląga planują dalsze inwestycje w swoje przedsiębiorstwa. Przedsiębiorcy z Suwałk są również bardziej otwarci na współpracę z inwestorami zewnętrznymi. Przedsiębiorcy z Elbląga rzadziej planują inwestycje w rozwój swoich firm i konsekwentnie, nie bardziej sceptycznie do możliwości współpracy z inwestorami zewnętrznymi.