



# Pętla Żuławska – rozwój turystyki wodnej. Etap I Zarządzanie w fazie eksploatacji

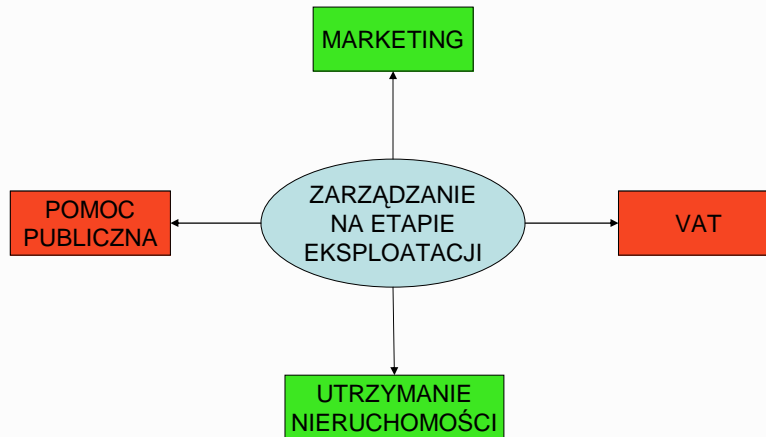
Jacek Kobiela  
Sylwia Wymysłowska

Urząd Marszałkowski Województwa Pomorskiego  
Departament Koordynacji Projektów Województwa





## Zarządzanie projektem na etapie eksploatacji



## Pomoc publiczna

- W przypadku wystąpienia pomocy publicznej dotacja wyniosłaby 40% zamiast 60%
- W celu uniknięcia pomocy publicznej, zgodnie z ustaleniami opracowanej ekspertyzy oraz wytycznych POT, należy wybrać Operatora w drodze przetargu



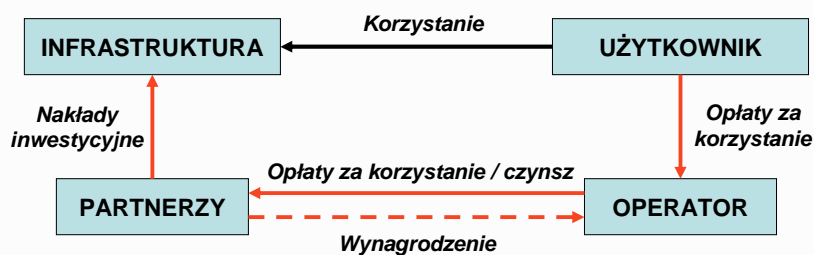
## Kwalifikowalność VAT

- Kwalifikowalność VAT umożliwia otrzymanie dotacji do kwoty wydatków brutto.
- Podatek VAT jest kwalifikowalny wówczas, gdy beneficjent nie ma możliwości jego odliczenia.
- Może to nastąpić, gdy wytworzona infrastruktura nie generuje przychodów, albo gdy przychody pobiera inny podmiot, działający na podstawie odpowiedniego tytułu prawnego, np. użyczenie.



## Kwalifikowalność VAT

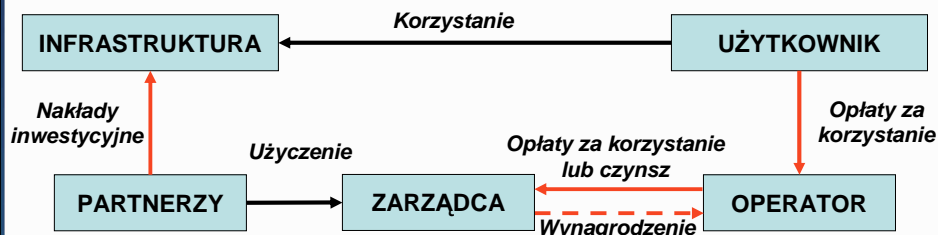
- Partnerzy projektu będą otrzymywać przychody z powstałej infrastruktury
- Przyjęty w umowie Partnerskiej model „Właściciel-Operator” nie powoduje kwalifikowalności VAT





## Kwalifikowalność VAT

- Kwalifikowalność VAT może zapewnić model z udziałem podmiotu trzeciego, którym mogłaby być spółka, powołana przez Partnerów do zadań z zakresu utrzymania nieruchomości oraz zarządzania marketingowego, tzw. Zarządca



## Zarządca - utrzymanie nieruchomości

- Wybór Operatora, zawarcie z nim umowy oraz nadzorowanie jej wykonania
- Tworzenie rezerwy na nakłady odtworzeniowe (z nadwyżki operacyjnej)
- Planowanie remontów i modernizacji
- Realizacja remontów i modernizacji (opcjonalnie)



## Zarządca - marketing

- Zarządzanie produktami
- Zarządzanie polityką cenową
- Zarządzanie promocją
- Zarządzanie marką „Pętla Żuławska”



## WIZJA

### OBSZAR PĘTLI ŻUŁAWSKIEJ JEST

#### W PERSPEKTYWIE 5 LAT:

- wyposażony w **chętnie wykorzystywaną przez turystów** sieć infrastruktury wodniackiej, **stanowiącą mocną alternatywę** dla licznych przystani Jezior Mazurskich oraz portów Zatoki Gdańskiej i Puckiej, **której towarzyszy szeroka gama produktów turystycznych.**

#### W PERSPEKTYWIE 10 LAT:

- gospodarczo **dobrze lub bardzo dobrze rozwijającym się obszarem** w województwie pomorskim, dającym swoim mieszkańcom realne szanse na znalezienie **stabilnego miejsca pracy w działalności towarzyszącej** funkcjonowaniu marki: „Pętla Żuławska”.



## TO, CO ZBLIŻA NAS DO NASZEJ WIZJI – POWINNO STAĆ SIĘ NASZYM PRIORYTETEM



## PODSTAWOWY PROCES DZIAŁAŃ MARKETINGOWYCH

1. **Segmentacja** rynku;
2. **Przygotowanie oferty** – koszyka usług i produktów turystycznych powiązanych z Pętlą Żuławską ORAZ OKREŚLENIE POLITYKI CENOWEJ;
3. Pozyskanie zdefiniowanego **klienta**;
4. Zapewnienie odpowiedniego **standardu usług**;
5. **Monitoring** rynku.



## BUDOWANIE POZYCJI KONKURENCYJNEJ

1. Budowanie **bazy dostawców**;
2. Docieranie do **użytkowników** produktów Pętli Żuławskiej;
3. **Zarządzanie jakością**;
4. Budowanie **wartości marki** – działania promocyjne w kraju i kontakty zagraniczne;
5. **Obserwacja** otoczenia i **reagowanie** na zmiany popytu.



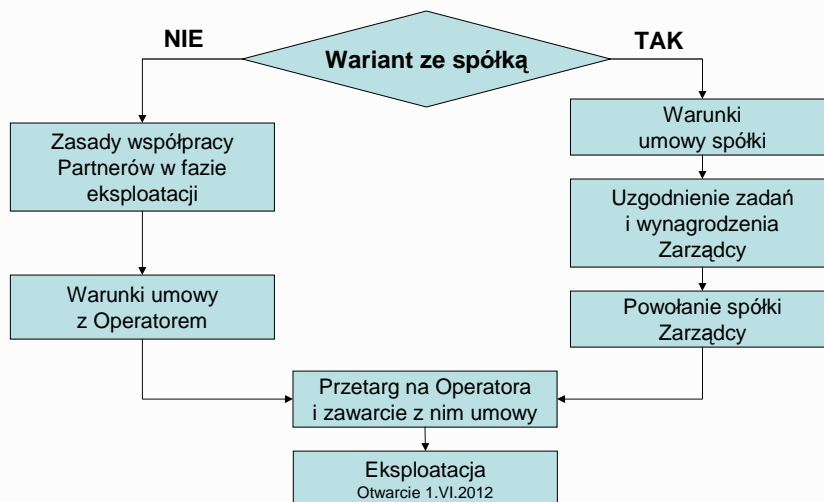


## GŁÓWNE POZAINWESTYCYJNE CZYNNIKI SUKCESU

1. **BARDZO DUŻA AKTYWNOŚĆ** I KONSEKWENCJA W PLANOWANIU I REALIZACJI STRATEGII MARKETINGOWEJ.
2. ZAPEWNIENIE KADRY SPECJALISTÓW O **BARDZO WYSOKICH KOMPETENCJACH ZAWODOWYCH**.
3. **OTWARTOŚĆ** NA ZMIANY.
4. MYŚLENIE PRZEZ **PRYZMAT MARKI: „PĘTLA ŻUŁAWSKA”**.



### ZAGADNIENIA DO OPRACOWANIA







Dziękujemy za uwagę

[j.kobiela@woj-pomorskie.pl](mailto:j.kobiela@woj-pomorskie.pl)  
[s.wymyslowska@woj-pomorskie.pl](mailto:s.wymyslowska@woj-pomorskie.pl)