

Waldemar KOZŁOWSKI

OCENA INWESTYCJI W INFRASTRUKTURĘ TURYSTYCZNA W OPARCIU O MODEL STRATEGICZNEJ KARTY INWESTYCYJNEJ

VALUATION OF INVESTMENTS IN TOURISM INFRASTRUCTURE BASED ON STRATEGIC INVESTMENT CARD

Katedra Ekonomiki Przestrzennej i Środowiskowej, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie
ul. Michała Oczapowskiego 4, 10-719 Olsztyn, e-mail: wkozowski@xl.wp.pl

Summary. The implementation of public projects, tourism infrastructure requires informed decisions based on a holistic approach both in the planning and operation. Proposed in the article a comprehensive assessment tool that improves both planning and public investment in tourism infrastructure can be a strategic investment card. The paper presents the concept of assessing the effects achieved through the prism of three perspectives: economic, marketing, and social. This approach allows the valuation in monetary effects not directly related to the project but which are crucial in assessing its profitability, as well as often constituting the dynamic development of the local government unit test.

Słowa kluczowe: infrastruktura turystyczna, inwestycja, strategiczna karta inwestycyjna.
Key words: tourist infrastructure, investment, strategic investment card.

WSTĘP

Sektor turystyczny stał się bez wątpienia jednym ze znaczących obszarów rozwoju gospodarczego w skali świata oraz czynnikiem integracji międzynarodowej w postępującym procesie globalizacji. Wzrost zainteresowania społeczeństwa turystyką, a także świata nauki funkcjami turystyki w układzie krajowych i międzynarodowych stosunków gospodarczych, wymusza potrzebę badania roli gospodarki turystycznej jako czynnika wzrostu i rozwoju ekonomicznego¹.

Turystyka zaspokaja różne sfery ludzkiej aktywności i odgrywa znaczącą rolę, w jego życiu, dlatego nie można jej sprowadzić wyłącznie do jednego wymiaru. Takie dziedziny jak ekonomia, stosunki międzynarodowe, kultura czy społeczeństwo przenikają się wzajemnie a każdy z nich, pozwala wyodrębnić najbardziej znaczące funkcje związane z rozwojem turystyki². Na znaczny wzrost zainteresowania turystyką ma wpływ wiele czynników, do

¹Sektor turystyczny stanowi obecnie 6% PKB Polski. Na koniec 2014 r. zanotowano 15,8 milionów przyjazdów turystycznych do Polski. Wartość wydatków turystów zagranicznych w Polsce to kwota 4,8 mld euro. W okresie styczeń–grudzień 2014 r. 15,7 mln polskich turystów skorzystało z obiektów zbiorowego zakwaterowania w Polsce. Dane GUS 2015 r.

²Szerzej na temat funkcji turystyki w gospodarce piszą: Łazarek 2004, Michałowski 2008, Szubert-Zarzewny 2002.

najbardziej znaczących zaliczyć można: wzrost zamożności społeczeństwa, rozwój technologii teleinformatycznych, rozwój transportu, postępującą urbanizację i uprzemysłowienie, podniesienie poziomu edukacji, jak również rozwój środków masowego przekazu. Dynamiczny rozwój turystyki sprzyja rozwojowi lokalnych samorządów, a wzrost popytu na usługi turystyczne zachęca do zwiększenia inwestycji w infrastrukturę turystyczną. Cechą charakterystyczną inwestycji w turystykę jest fakt, iż przynoszą szereg różnorodnych korzyści:

- ekonomicznych, związanych z licznymi inwestycjami, zwiększających dochód mieszkańców, poprawiający kondycję lokalnej przedsiębiorczości oraz dający miejsca pracy,
- społecznych, związanych z poprawą komunikacji międzyludzkiej, dzięki którym kształtują się postawy, następuje wymiana doświadczeń oraz zmiany w zachowaniach, itp.
- marketingowych, związanych z promocją regionu, gminy, kreowaniem nowych innowacyjnych produktów turystycznych,
- środowiskowych, wynikających z wykorzystania środowiska naturalnego, w celu poprawy zdrowia i kondycji psychicznej.

Problemem w inwestycjach w publiczną infrastrukturę turystyczną jest ocena jej opłacalności, tym bardziej że większość z nich finansowana jest ze środków publicznych, a jednocześnie nie jest nastawiona na generowanie zysku. Dlatego też przy ocenie projektów należy wziąć pod uwagę oprócz korzyści finansowych również korzyści marketingowe i społeczne, jakie uzyskuje lokalna społeczność dzięki inwestycji.

Celem artykułu jest ocena inwestycji turystycznej na podstawie modelu strategicznej karty inwestycyjnej³. Hipoteza badawcza: inwestycje w publiczną infrastrukturę turystyczną mają wpływ na szereg korzyści pośrednich o charakterze społeczno-ekonomicznym.

Podstawowe metody badawcze zastosowane w artykule to:

- metoda projektowa polegająca na opracowaniu modelu analizy i oceny inwestycji w infrastrukturę turystyczną,
- metoda ankietowa polegająca na przeprowadzeniu ankiety związanych dotyczącej oceny badanej inwestycji przez lokalną społeczność oraz turystów odwiedzających Ostródę.

Przedmiotem badań jest inwestycja infrastruktury turystycznej pt. „Projekt zagospodarowania nabrzeża jeziora Drwęckiego w Ostródzie”, zrealizowana w latach 2009–2012 w trzech etapach. Beneficjentem projektu jest miasto Ostróda. Zakres czasowy badań obejmuje lata 2009–2014. Zakres rzeczowy projektu obejmuje wybudowanie: amfiteatru, kąpieliska, kładki nad rzeką, toru kajakowego, wyciągu linowego na narty wodne, ścieżki rowerowej, promenady z umocnieniem linii brzegowej, oraz zakup sprzętu wodnego. Całkowite nakłady na projekt wyniosły 41 108 608 zł, z czego 83% pochodziło ze środków unijnych. Wysokość nakładów na poszczególne etapy przedsięwzięcia przedstawia tab. 1.

Tabela 1. Nakłady na poszczególne etapy inwestycji z podziałem na źródła finansowania

	Etap I	Etap II	Etap III	Suma
Całkowity koszt inwestycji, [zł]	5 758 520	26 630 000	8 720 088	41 108 608
Środki własne z budżetu gminy, [zł]	1 439 630	4 007 702	1 489 731	6 937 063
Środki z Unii Europejskiej, [zł]	4 318 890	22 622 297	7 230 356	34 171 543

Źródło: opracowanie własne na podstawie studium wykonalności projektu.

³Szerzej na temat założeń strategicznej karty inwestycyjnej pisze Kozłowski 2007, 2010.

Najdroższym zadaniem w ramach projektu była budowa amfiteatru wraz z miejscami parkingowymi, jednokilometrowa ścieżka rowerowa oraz budowa promenady z umocnieniem linii brzegowej, której koszt wyniósł ponad 26,5 mln zł.

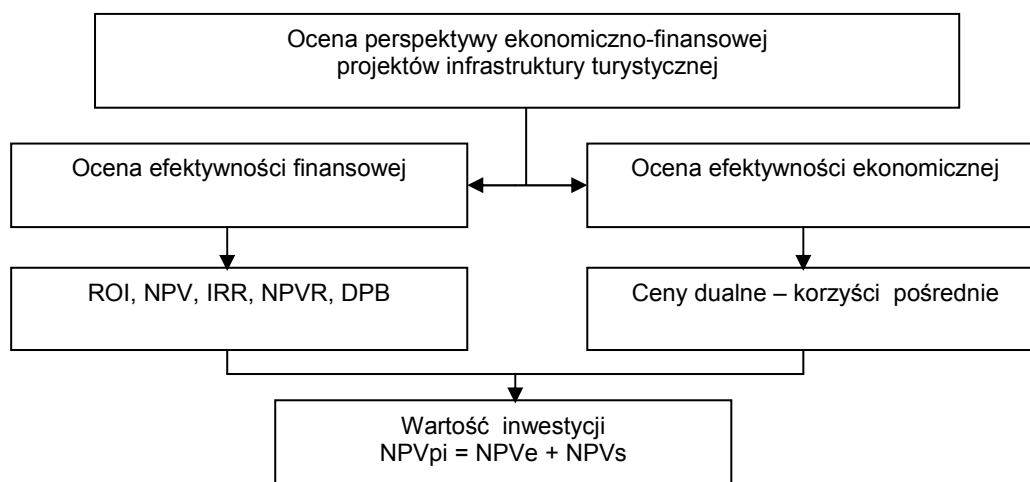
MODEL STRATEGICZNEJ KARTY INWESTYCYJNEJ

Główne założenia modelu opierają się na podziale procesu inwestycyjnego na 2 obszary. Pierwszy obszar – związany z kwantyfikacją koncepcji biznesowej, wraz z analizą uwarunkowań o charakterze strategicznym, finansowym oraz makroekonomicznym. Wypadkową badanego etapu jest podjęcie decyzji inwestycyjnej. Drugi obszar dotyczy analizy trzech perspektyw: ekonomiczno-finansowej, marketingowej oraz społecznej.

Ocenę badanej inwestycji oparto na doborze i pomiarze wskaźników opisanych w poszczególnych perspektywach tj. ekonomiczno-finansowej, marketingowej oraz społecznej.

Perspektywa ekonomiczno-finansowa opiera się na dwóch obszarach analitycznych:

- finansowym związanym z oceną opłacalności inwestycji, na podstawie takich wskaźników jak: NPV, IRR, NPVR, DPB, PI⁴.
- ekonomicznym związanym z oceną opłacalności inwestycji na podstawie kwantyfikowanych cen dualnych⁵, np. ilość nowych etatów, wzrost popytu konsumpcyjnego w mieście, wzrost cen nieruchomości, wzrost dochodów firm usługowych itp.



Rys.1. Model oceny perspektywy ekonomiczno-finansowej
Źródło: opracowanie własne na podstawie Kozłowski 2008.

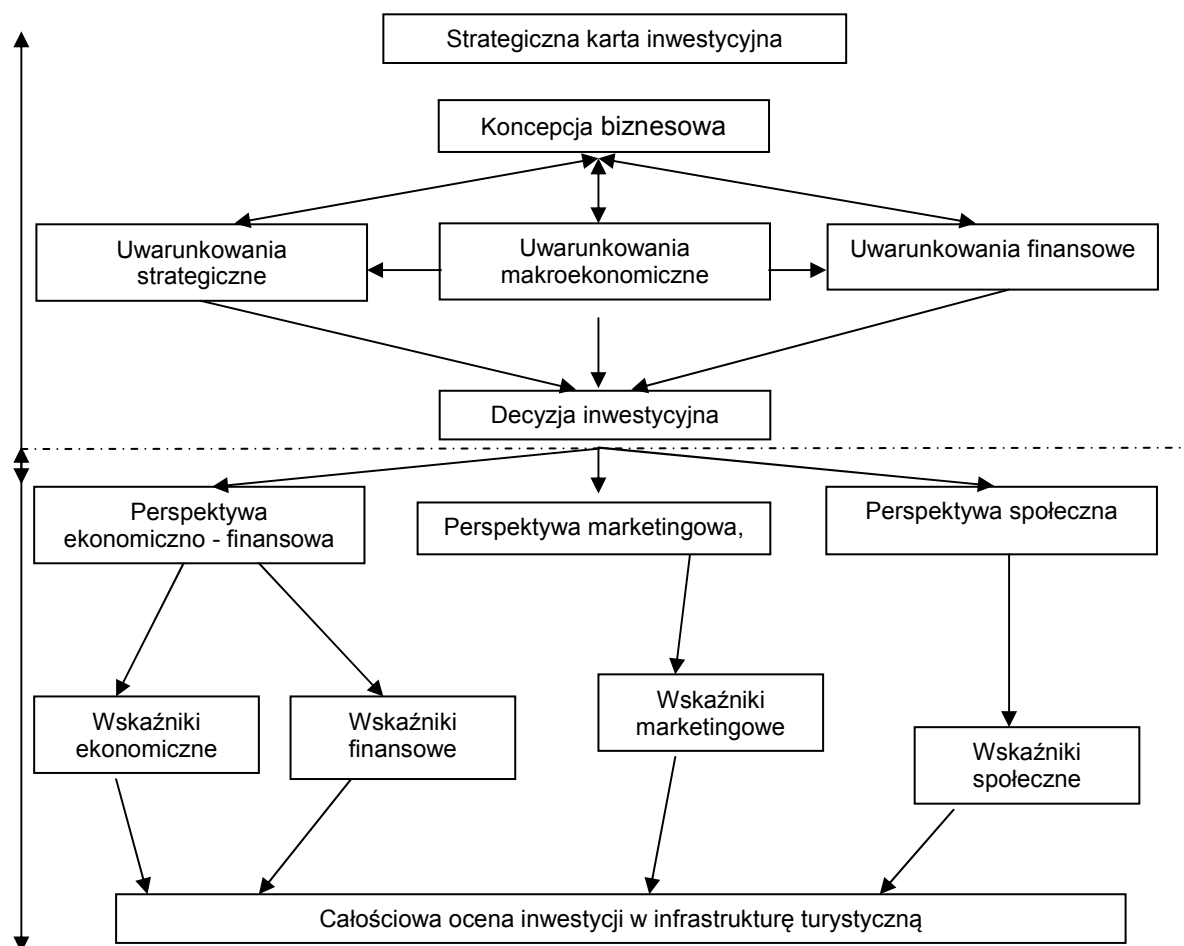
⁴Metody powszechnie wykorzystywane do oceny opłacalności finansowej inwestycji rzeczowych. NPV – wartość bieżąca netto, IRR – wewnętrzna stopa zwrotu, DPB – zdyskontowany okres zwrotu, PI – wskaźnik zyskowności, ROI – prosta stopa zwrotu.

⁵Cena dualna (shadows prices) definiowana jest jako wzrost społecznego bogactwa będący wynikiem jakiegokolwiek zmiany marginalnej w dostępie do dobra lub czynnika produkcji. Ceny dualne mają różnorakie wykorzystanie praktyczne, szczególnie w ekonomice publicznych inwestycji infrastrukturalnych, Drabiniak 2002 r.

Ostateczna ocena perspektywy ekonomiczno-finansowej projektów infrastruktury turystycznej jest zatem sumą korzyści finansowych i ekonomicznych wyrażoną wartością pieniężną NPVpi. Najtrudniejsza w ww. modelu jest wycena korzyści ekonomicznych w tzw. cenach dualnych, co spowodowane jest ograniczoną informacją na temat prognozowanych korzyści nie związanych bezpośrednio z projektem.

Perspektywa marketingowa związana jest ściśle z koncepcją promocji miasta. Do podstawowych wskaźników perspektywy marketingowej zaliczyć można: wzrost liczby turystów, rentowność klientów, popularność i innowacyjność produktów turystycznych, dynamikę rozwoju rynku turystycznego w mieście.

Perspektywa społeczna dotyczy kwestii jakości życia mieszkańców oraz oceny klimatu inwestycyjnego na danym terenie. Do podstawowych wskaźników tej perspektywy zaliczamy: poziom zadowolenia mieszkańców, ilość miejsc pracy, liczbę podmiotów gospodarczych. Całościowy model strategicznej karty inwestycyjnej przedstawia rys. 2.



Rys. 2. Strategiczna karta inwestycyjna

Źródło: opracowanie własne na podstawie Kozłowski 2010.

Planowanie i realizacja inwestycji charakterze publicznym według założeń modelu strategicznej karty inwestycyjnej usprawnia proces podejmowania decyzji, jak również umożliwia kompleksową ocenę uzyskanych efektów w postaci konkretnych wskaźników.

ANALIZA I OCENA OPŁACALNOŚCI PROJEKTU „ZAGOSPODAROWANIE NABRZEŻA JEZIORA DRWĘCKIEGO W OSTRÓDZIE”

W ramach perspektywy ekonomiczno-finansowej przeanalizowano projekt zarówno pod względem opłacalności finansowej, jak i ekonomicznej. Podstawową miarą oceny jest wskaźnik NPV, który w analizowanym projekcie ma wartość ujemną, $NPV = -16375232$ zł, co powoduje, iż bezzasadne jest wyliczanie pozostałych wskaźników, IRR, NPVR, DPB, ROI. Szczegółowe wyliczenia przepływów finansowych w poszczególnych latach trwania projektu przedstawia tab. 2, przy parametrach wyjściowych: nakłady = 41,1 mln, koszt kapitału = 5%, czas trwania projektu = 20 lat⁶.

Tabela 2. Wartość bieżąca netto NPV dla projektu

Lata	Wartości NPV dla poszczególnych etapów projektu zł		
	Etap I Przepływy skumulowane CF	Etap II Przepływy skumulowane CF	Etap III Przepływy skumulowane CF
2009	-123 520		
2010	-5 439 557	-106 506	-29 280
2011	-5 442 686	-167 218	-33 996
2012	-5 419 480	-172 635	-286 021
2013	-5 398 777	-443 797	-349 099
2014	-5 379 245	-912 731	-4 312 327
2015	-5 438 505	-1 414 606	-6 840 473
2016	-5 421 122	-1 889 173	-6 893 447
2017	-5 404 723	-2 337 976	-6 943 424
2018	-5 389 252	-2 762 474	-6 990 571
2019	-5 374 656	-3 164 043	-7 035 050
2020	-5 535 043	-3 543 980	-7 077 011
2021	-5 522 053	-3 560 557	-7 116 596
2022	-5 509 799	-3 557 883	-7 153 941
2023	-5 498 238	-3 555 360	-7 189 173
2024	-5 487 331	-3 552 980	-7 222 410
2025	-5 520 422	-3 550 735	-7 253 765
2026	-5 510 715	-3 548 617	-7 283 346
2027	-5 501 558	-3 546 618	-7 311 253
2028	-5 492 919	-3 544 733	-7 337 580
Suma	NPV projektu = -16 375 232 zł przy n = 20 lat Kk = 5%		

Drugi obszar badanej perspektywy odnosi się do oceny korzyści ekonomicznych zazwyczaj o charakterze pośrednim, co znaczy, iż efekty te pojawiają się w późniejszym okresie trwania projektu, oraz że nie są związane bezpośrednio z projektem. Efekty ekonomiczne

⁶ W projektach infrastruktury turystycznej przyjmuje się iż okres trwania inwestycji wynosi 20 lat. Na taki okres przyjmuje się rozliczenie inwestycji i jej ocenę. Wynika to z faktu iż po tak długim okresie będzie trzeba wydać podobne pieniądze na odtworzenie infrastruktury lub wybudowanie nowej.

analizowanego przedsięwzięcia przedstawić można zarówno w formie opisowej, jak i liczbowej. Ekonomiczną przesłanką potwierdzającą słusność wybudowania obiektów na nadbrzeżu jeziora w Ostródzie jest wzrost przychodów lokalnych przedsiębiorców ze względu na wydłużenie pobytu turystów oraz osób przebywających w Ostródzie czasowo lub przejazdem. Budowa obiektu unikatowego, jakim jest wyciąg nart wodnych (tylko 3 tego typu obiekty w Polsce), pozwala mieszkańcom na oszczędności związane z wyjazdami w celu korzystania z tego typu infrastruktury. Budowa kompleksu rekreacyjno – sportowego przyczyniła się do utrzymania miejsc pracy już istniejących oraz stworzenie warunków pośrednich do tworzenia nowych, w tym sezonowych dla studentów i młodzieży uczącej się, oraz na pogłębienie więzi rodzinnych, poprzez wspólne, aktywne spędzanie czasu.

Do korzyści ekonomicznych w formie opisowej zaliczyć można:

- wzrost wartości nieruchomości a przede wszystkim działek budowlanych,
- zainteresowanie developerów rynkiem budowlanym w Ostródzie,
- zwiększony popyt na materiały i usługi budowlane,
- wzrost liczby miejsc pracy,
- dostęp do infrastruktury turystycznej mieszkańców, co przekłada się na oszczędności związane z wyjazdami w „poszukiwaniu” atrakcji turystycznych,
- wzrost popytu na usługi hotelarskie i gastronomiczne,
- wzrost dochodów gminy z podatków i opłat lokalnych.

Nie wszystkie korzyści ekonomiczne przedstawione w formie opisowej można kwantyfikować w tzw. cenach dualnych, z uwagi na brak odpowiednich, a zarazem rzetelnych informacji na temat danego zjawiska ekonomicznego. Tabela 3 zawiera kwantyfikowane korzyści ekonomiczne przedstawione w formie cen dualnych.

Na bazie przeprowadzonych analiz (tab. 3) można oszacować średnioroczną dynamikę wybranych zjawisk ekonomicznych wraz z szacunkiem w wartościach pieniężnych. Korzyści ekonomiczne mają charakter pośredni czyli nie są bezpośrednio związane z realizowanym projektem i pojawiają się po pewnym czasie od realizacji projektu. Według analiz przeprowadzonych w oparciu o metodę Delficką, szacunkowa wartość korzyści ekonomicznych uzyskanych przez gminę Ostróda oraz podmioty gospodarcze osiągnie wartość 3 400 000 zł/rocznie, a w całym okresie trwania projektu da kwotę 68 000 000 zł.

Perspektywa marketingowa badanego projektu jest ściśle związana ze strategią miasta Ostróda na lata 2006–2016. Podstawowym celem strategicznym jest „zapewnienie warunków dla dynamicznego rozwoju turystyki w Ostródzie”. Perspektywa marketingowa dotyczy również pomiaru wskaźników marketingowych. Podstawowymi wskaźnikami perspektywy marketingowej są: wzrost liczby turystów, rentowność klientów, popularność i innowacyjność produktów turystycznych, dynamikę rozwoju rynku turystycznego w mieście. Podstawowy wskaźnik to liczba turystów odwiedzających miasto, który daje nam informację prosto od turysty (klienta) odnośnie zainteresowania danym projektem. Liczbę turystów miasta Ostróda w latach 2007–20014 przedstawia tab. 4.

Tabela 3. Ekonomiczne korzyści uzyskane z projektu

Zjawisko prognozowane	Korzyści roczne		Korzyści z całego okresu trwania projektu n=20 lat
	Średnioroczna dynamika ⁷ [%]	Wartość pieniężna zjawiska – prognoza ⁸ zł/rocznie	Wartość pieniężna zjawiska – prognoza zł/ 20 lat
Wzrost dochodów firm gastronomicznych	10%	200 000	4 000 000
Wzrost dochodów firm hotelarskich	10%	250 000	5 000 000
Wzrost dochodów firm handlowych	10%	250 000	5 000 000
Wzrost dochodów firm developerskich i budowlanych	15%	1 000 000	20 000 000
Wzrost zatrudnienia – nowe miejsca pracy	50 osób	100 000	2 000 000
Wzrost dochodu gminy z opłat i podatków lokalnych	15%	1 000 000	20 000 000
Spadek wydatków gminy na cele socjalne	20%	600 000	12 000 000
Korzyści ekonomiczne ogółem		3 400 000	68 000 000

Źródło: opracowanie własne na podstawie prognoz danych statystycznych UM Ostróda 2015.

Tabela 4. Liczba turystów odwiedzających Ostródę w latach 2007– 2014

Lata	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Turyści ogółem odwiedzający Ostródę	16 676	16 863	25 171	26 409	30 710	34 870	38 422	41 188
Dynamika rok / rok	baza	1%	50%	5%	16%	14%	10%	7%
W tym turyści zagraniczni	2924	2950	2991	3644	3650	3769	4341	4432
Wykupione noclegi	45 503	39 454	54 079	56 216	66 472	79 435	81 921	87 936
Dynamika rok / rok	baza	-13%	37%	3%	18%	20%	3%	7%

Źródło: Bank Danych Regionalnych 2015 r.

Z powyższej tabeli wynika, że liczba turystów zarówno krajowych, jak i zagranicznych odwiedzających Ostródę stale rośnie. W roku 2012 liczba turystów odwiedzających miasto przekroczyła liczbę ludności Ostródy (33 000 mieszkańców). Jak wynika z powyższej tabeli wzrost liczby turystów od 2007 do 2014 r. wynosi średnio 15% rocznie. Wydłużył się również pobyt turystów w obiektach hotelowych średnio o 11% rocznie. Charakterystyczną cechą powyższych analiz jest znaczący wzrost ilości turystów o 50% w roku 2009 r., co może

⁷ Uśredniona dynamika badanego zjawiska w oparciu o dane historyczne z lat 2009–2014.

⁸ Prognozę oparto na metodzie Delfickiej oraz burzy mózgów. W tym celu ankietowano kilkakrotnie grupę ekspertów związanych z przedsiębiorczością, oraz grupę naukowców zajmujących się szeroko pojętym marketingiem. Wszyscy eksperci dysponowali tę samą bazą danych statystycznych z lat poprzednich. Po uzyskaniu odpowiedzi przeprowadzono statystyczną analizę ankiet, m.in. pod kątem zgodności opinii ekspertów. Na koniec przeprowadzono burzę mózgów na bazie której dokonano prognozy dynamiki poszczególnych zjawisk.

świadczą o istotnym wpływie realizowanego projektu na dane zjawisko. Wzrost ilości turystów oraz wydłużenie pobytu w mieście może świadczyć, iż prognozy wskaźników ekonomicznych odnośnie wzrostu popytu konsumpcyjnego zdefiniowane w perspektywie ekonomicznej są uzasadnione.

W ramach przeprowadzonej ankiety wśród 350 turystów dokonano analizy rozpoznawalności przez turystów produktów turystycznych związanych ze zrealizowanym projektem. Szczegółowe wyniki ankiety przedstawia tab. 5.

Tabela 5. Rozpoznawalność produktów turystycznych zrealizowanego projektu przez turystów n = 350

Nazwa produktu w ramach realizowanego projektu	Wyniki badań ankietowych [%]
Zagospodarowanie i modernizacja promenady z umocnieniem linii brzegowej jeziora Drwęckiego	85
Wybudowanie amfiteatru,	75
Wybudowanie toru kajakowego	70
Wybudowanie kąpieliska miejskiego	65
Wybudowanie wyciągu linowego na narty wodne	57
Wybudowanie ścieżki rowerowej	46

Źródło: opracowanie własne na podstawie ankiety n = 350 osób.

Zrealizowane w ramach projektu produkty turystyczne przyczyniły się w sposób znaczący do rozpoznawalności miasta Ostróda w oczach przyjezdnych oraz potencjalnych odwiedzających. Najbardziej rozpoznawalnym a jednocześnie popularnym produktem jest promenada nad jeziorem Drwęckim (85%). Poprzez wybudowanie amfiteatru (75%) możliwa stała się organizacja szeregu imprez kulturalnych, co również przyciąga konkretne grupy turystów, poprzez połączenie turystyki i kultury. Do najważniejszych imprez organizowanych corocznie zaliczyć można:

- coroczny Festiwal Reggae,
- coroczny festiwal disco Polo,
- coroczną imprezę Napoleon na Warmii i mazurach,
- coroczną imprezę Ostróda Summer Hot Days,
- coroczny Festiwal Ognia,
- coroczny Ogólnopolski Festiwal Muzyki Tanecznej.

Dzięki budowie toru kajakowego w Ostródzie zorganizowano mistrzostwa Europy w kajakarstwie, co jest niewątpliwym sukcesem dla miasta. Wyciąg nart wodnych jest jednym z nielicznych w kraju. Stawia to Ostródę na wysokim miejscu, jeśli chodzi o atrakcyjność⁹. Obecnie Ostróda nazywana jest w Polsce Perłą Mazur.

⁹W 2014 r. powiat ostródzki zajął 9 miejsce w kategorii powiatów do 120 tys. mieszkańców. Samorządy sklasyfikowane w rankingu oceniane są przez ekspertów ZPP według kilkudziesięciu kryteriów zgrupowanych w dziesięciu grupach tematycznych. Punktowane są m.in. działania proinwestycyjne i prorozwojowe, rozwiązania poprawiające jakość obsługi mieszkańca oraz funkcjonowania jednostki samorządu terytorialnego, działania promocyjne i wspieranie działań na rzecz gospodarki rynkowej. Kolejność w rankingu uzależniona jest od osiągniętych i zgłaszanych na bieżąco zrealizowanych projektów i uzyskanych wyników w ocenianych obszarach działalności.

Oprócz kwestii kulturalno-sportowych nastąpił również wzrost atrakcyjności miasta, dla developerów m.in. wybudowano hotel czterogwiazdkowy Willa Port Resort, a także Hotel Platinum, planowana jest budowa pięciogwiazdkowego hotelu o nazwie Holiday Park. Ponadto wzrost atrakcyjności turystycznej miasta przyczynił się do większego zainteresowania nieruchomościami, co z kolei przyczyniło się do wzrostu ich cen.

Perspektywa społeczna

Obejmuje przede wszystkim obszar jakości życia mieszkańców oraz klimatu dla inwestorów. Do podstawowych wskaźników tej perspektywy zaliczyć można zadowolenie mieszkańców, ilość miejsc pracy, liczbę podmiotów gospodarczych, stan klimatu inwestycyjnego. Dane charakteryzujące obszar społeczny analizowanego projektu przedstawia tab. 6.

Tabela 6. Dane charakteryzujące obszar społeczny projektu

Zmienna	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Dynamika 2009/2014
Liczba ludności	33 088	34 042	34 083	34 020	34 000	33 872	2,4%
Liczba bezrobotnych	1945	1795	1931	2146	2092	1653	-15%
Liczba podmiotów gospodarczych	3330	3397	3384	3425	3451	3466	4%
Liczba nowych miejsc pracy w ramach zrealizowanego projektu							
– przy budowie projektu	350	120	60	45	–	–	575 osób
– przy eksploatacji projektu	20	25	45	20	10	15	135 osób

Źródło: opracowanie własne danych statystycznych UM Ostróda 2015.

Na podstawie przeprowadzonej analizy można zauważyć, iż w badanym okresie 2009–2014 wskaźniki społeczne związane ze wzrostem liczy mieszkańców, liczby podmiotów gospodarczych czy spadkiem liczby bezrobotnych poprawiły się na in plus. Zarówno rosnąca ilość podmiotów gospodarczych, jak i wzrost popytu konsumpcyjnego w mieście przyczynił się do poprawy sfery społecznej. Przy realizacji projektu zatrudnienie znalazło 575 osób, a przy jego eksploatacji zatrudnienie znalazło 135 osób. Zakładając, iż 1 bezrobotny to koszt dla państwa 20 000 zł rocznie, można przyjąć, iż z samego zatrudnienia przy eksploatacji projektu gmina obniżyła koszty socjalne o około 2 750 000 zł rocznie.

W celu oceny zadowolenia mieszkańców z efektów projektu „Zagospodarowania nabrzeża jeziora Drwęckiego w Ostródzie”, aż 96% respondentów odpowiedziało, iż jest bardzo zadowolona z projektu, 4% odpowiedziało, iż jest zadowolona. Nikt z respondentów nie wyraził się negatywnie odnośnie do projektu. Aż 80% respondentów wyraziło opinię, iż analizowany projekt jest kluczową inwestycją mającą wpływ na rozwój miasta, przebijając nawet projekt budowy Międzynarodowych Targów EXPO ARENA w Ostródzie.

Realizacja projektu „Zagospodarowania nabrzeża jeziora Drwęckiego w Ostródzie” przyniosła miastu szereg korzyści. Z racji, iż projekt ma charakter publiczny i jest nastawiony, na poprawę jakości życia społeczności lokalnej, a nie na konkretne zyski komercyjne nie jest on efektywny od strony finansowej (-16,4 mln). Natomiast można za pomocą wskaźników kwantyfikować pozostałe korzyści w perspektywie ekonomicznej, marketingowej, społecznej, co zmienia diametralnie ocenę końcową (+71,3 mln).

W tabeli 7 przedstawiono kompleksową ocenę korzyści dla badanego projektu przy założeniu $n = 20$ lat, koszt kapitału 5% i nakładach 41,1 mln.

Tabela 7. Wycena pieniężna korzyści uzyskanych z badanego projektu

Rodzaj korzyści	Wycena korzyści w wartościach pieniężnych rocznie [zł]	Wycena korzyści w wartościach pieniężnych dla całego okresu trwania projektu [zł]
Finansowe	- 818 761	-16 375 232
Ekonomiczne	3 400 000	38 977 600
Marketingowe	1 500 000	17 196 000
Społeczne	2 750 000	31 526 000
Suma		71 324 368

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych analiz.

Analizowany projekt przyniesie społeczności lokalnej wartość pieniężną w wysokości 71 324 368 zł, w ciągu 20 lat. Gdyby ocena opłacalności projektu odnosiła się, wyłącznie do oceny finansowej to projekt byłby nieopłacalny.

PODSUMOWANIE I WNIOSKI

Obecnie jednym z ważniejszych obszarów ekonomiki procesu inwestycyjnego jest rzetelna ocena uzyskanych efektów, w szczególności w projektach o charakterze publicznym, gdzie często efekty bezpośrednie nie są na wystarczającym poziomie, aby pozytywnie ocenić opłacalność przedsięwzięcia. Cel artykułu, jakim była kompleksowa ocena opłacalności projektu z obszaru turystyki publicznej został zrealizowany. Hipoteza badawcza została potwierdzona, iż inwestycja daje społeczności lokalnej szereg korzyści ekonomiczno-społecznych o charakterze pośrednim, czyli takich, które pojawiają się po pewnym czasie od chwili uruchomienia inwestycji.

Poprzez zastosowanie modelu strategicznej karty inwestycyjnej możliwe jest zdefiniowanie korzyści nie tylko finansowych, ale również ekonomicznych, marketingowych czy też społecznych, przeliczając, tam gdzie istnieje taka możliwość na wartości pieniężne.

Na podstawie przeprowadzonych badań można wyciągnąć następujące wnioski:

1. Z badań wynika konieczność kompleksowego badania przedsięwzięcia jeszcze przed jego realizacją. Skuteczna jest metoda tworzenia modelu zarządzania projektem, ze względu na jego szeroki zakres. Przeanalizowane w ten sposób przedsięwzięcie daje pełny obraz skutków i efektów, jakie może przynieść jego realizacja. W przedsięwzięciach jednostek samorządowych nie należy sugerować się jedynie perspektywą finansową.
2. Inwestycje infrastruktury turystycznej przynoszą społeczności lokalnej szereg zróżnicowanych korzyści, które powinny być zdiagnozowane, a jednocześnie, wycenione w wartościach pieniężnych.
3. Model zarządzania inwestycją turystyczną pomaga określić czy istnieją braki infrastruktury oraz jakie są upodobania odwiedzających, którzy będą z niej korzystać. Jest to, więc narzędzie bardzo przydatne w procesie planowania i realizacji inwestycji.

4. Na bazie przeanalizowanej inwestycji można stwierdzić, iż miasto Ostróda poprzez inwestycje w infrastrukturę turystyczną, konsekwentnie realizuje wizję rozwoju gospodarczo-społecznego. Co wiąże się z rozwojem sportu i turystyki. Miasto na inwestycje infrastruktury turystyczno-rekreacyjnej wydało w ostatnich 5 latach blisko 105 milionów złotych, w tym 70 milionów wyniosła dotacja z UE. Każda złotówka wygenerowała kolejnych 5 złotych w inwestycjach prywatnych firm. Od 2007 do 2012 r. w rozwój turystyki i gospodarki zainwestowanych zostało w Ostródzie około 600 milionów złotych.

PIŚMIENNICTWO

- Drabiniak A.** 2002. Zastosowanie analizy kosztów i korzyści w ocenie projektów publicznych. Katowice, Wydaw. AE w Katowicach, 107–108.
- Łazarek R.** 2004. Ekonomia turystyki. Wybrane zagadnienia. Warszawa, Wydaw. WSE, 114–117.
- Kozłowski W.** 2007. Uwarunkowania inwestycji rzeczowych sektora MŚP, w: Uwarunkowania rynkowe rozwoju mikro i małych przedsiębiorstw. Szczecin, Zesz. Nauk. US 458, 181–188.
- Kozłowski W.** Zarządzanie inwestycjami rzeczowymi. Gdańsk, Wydaw. UGdan., 72–73.
- Kozłowski W.** 2010. Model strategicznej karty inwestycyjnej, w: Innowacyjne strategie kreowania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw. Red. P. Adamowicz. Gdańsk, UGdan., 451–460.
- Michałowski K.** 2008. Podstawy zarządzania turystyką (aspekt przestrzenny). Białystok, Wydaw. WSE w Białymstoku, 93–96.
- Szubert-Zarzewny U.** 2002. Ekonomiczne podstawy turystyki. Wrocław, AXA, 24–28.

