

Bilet za piątkę kanibalem

Długa, miejscami ironiczna, miejscami zaskakująco ostra, jest odpowiedź prezesa Atola na interpelację radnego.

Informowaliśmy w „Panoramie”, że prezes Atola Arkadiusz Staśkiewicz zdecydował o likwidacji promocyjnego biletu, który można było nabyć na 2 godziny przed zamknięciem basenu otwartego. Taki bilet funkcjonował od otwarcia basenów letnich. Cieszył się dużą popularnością. Kosztował 5 zł.

Adam Wójcik z klubu Oleśnica Razem złożył w tej sprawie interpelację, wnioskując o przywrócenia wycofanej oferty.

- Wiele rodzin z dziećmi do tej pory korzystało z tej oferty. Mieszkańcy są bardzo zdziwieni wycofaniem tej cieszącej się ogromną popularnością propozycji korzystania z basenu. Wielu rodziców, kończących później pracę, korzystało z tej możliwości na basenie wraz ze swoimi pociechami. Z tej oferty korzystali również seniorzy, młodzież itp. Taki promocyjny bilet dostępny jest na podobnych obiektach m.in. w Oławie czy Trzebnicy. Zdaję sobie sprawę, że w obecnej sytuacji ekonomicznej kwota 5 zł jest kwota zbyt mała, ale można było pomyśleć o podniesieniu ceny biletu promocyjnego np. do 7 czy 9 zł - uzasadniał interpelację Adam Wójcik.

W bardzo długiej odpowiedzi na nią prezes podał 6 argumentów za wycofaniem tego biletu.

Panie radny, proszę zająć stanowisko

Pierwszy to - „poprawa wyniku finansowego spółki”. W długim wyjaśnieniu kwestii przychodów i dochodów prezes wskazuje m.in., że Atol „jest zwolennikiem wzrostu przychodów poprzez wzrost liczby zakupionych usług. Aby mogło to mieć miejsce, niezbędnym do realizacji tego celu jest postawienie na uatrakcyjnienie poszczególnych obiektów i usług spółki”. A cel ten „ma być także zrealizowany poprzez konieczna kompleksową zmianę struktury cennika, tj. uproszczenie cenników poszczególnych obiektów i usług”. W kontekście tego „posiadanie w cenniku pozycji na poziomie nie



W Oleśnicy jest najtaniej!

generującym jakiegokolwiek zadowalającej rentowności świadczonych usług i kanibalizujących inne pozycje, wprost prowadzi do coraz to gorszego wyniku spółki”, a „z drugiej natomiast strony posiadanie wysokich cen, które odbiegają od standardów rynkowych i oferowanych na obecną chwilę infrastruktury i atrakcji, będzie przedmiotem dalszej analizy i spółka, pomimo aktualnych odczytów stopy inflacji, rozważać będzie w najbliższym okresie obniżenie ceny niektórych z pozycji cennikowych”.

Atol uważa, że „niskie ceny niepokrywające kosztów spółki skutkować będą coraz to wyższą stratą, a tym samym coraz to większymi dopłatami przez miasto Oleśnicę, czyli pośrednio przez mieszkańców Oleśnicy. Opcje są tylko dwie: albo coraz to większą stratę pokrywają wyłącznie mieszkańcy Oleśnicy, albo zmierzamy w kierunku minimalizacji straty, którą to pokrywać mają wszyscy klienci korzystający z usług Atola”.

I, zaskakująco, prosi „o jednoznaczne zajęcie przez pana radnego stanowiska, czy spółka winna utrzymywać ceny biletów na poziomie poniżej kosztów i jednocześnie powodować coraz to wyższe dopłaty dokonywane wyłącznie przez mieszkańców Oleśnicy, czy też ma minimalizować tę stratę z

wykorzystaniem wyższych cen biletów, które będą kupowane także przez osoby nie będące mieszkańcami Oleśnicy. Jest to bardzo prosta kwestia i nie powinna ona przynosić trudności w podjęciu decyzji. Krytycznie ważnym bowiem jest zajęcie jasnego, klarownego i wiążącego na wiele lat stanowiska pana radnego w tej kwestii na sesji Rady Miejskiej”.

W Atolu jest najtaniej

Po drugie w odpowiedzi prezes Staśkiewicz zajmuje się polityką cenową w konkurencyjnych obiektach i strukturą cenników w poszczególnych obiektach Atola. Wskazuje też na cel - „doprowadzenie polityki cenowej spółki do aktualnych standardów rynkowych”.

Czytamy, że bilet całodniowy normalny w aquaparku Wrocław wynosi 65 zł, co stanowi 342 proc. ceny biletu na basen letni w Oleśnicy. „Inna konkurencja o praktycznie tożsamej ofercie w innym rejonie Polski to Park Wodny Moczydło, gdzie cena biletu całodniowego dla osoby dorosłej wynosi 40 zł, czyli stanowi to aż 211 proc. ceny biletu do aquaparku letniego” - napisał prezes. Z kolei dwa konkurencyjne obiekty w pobliżu mają takie ceny: bilet całodniowy normalny w Gminnym Parku Wodnym w Trzebnicy wynosi 24 zł (to 126 proc. ceny oleśnickiej), a w przypadku Pływalni Letniej Orbita we Wrocławiu cena to 35 zł (184 proc. ceny Atola).

„Jak widać, bezsprzecznym jest stwierdzenie (...), że ceny wejścia do aquaparku letniego są znacząco najniższe na rynku i wymagają korekt, np. takich że w żadnym z obiektów, w których można skorzystać z usług rekreacyjno-wypoczynkowych nie istnieją w cenniku taryfy dziecięce, nie wspominając

o cenie całodziennego wejścia w taryfie dziecięcej w kwocie 6 zł” - podsumowuje Staśkiewicz.

Atrakcyjność ważniejsza od ceny

Trzecia kwestia poruszona w odpowiedzi zaczyna się od tezy: „Na odwiedzalność obiektów spędzania czasu wolnego krytyczny wpływ ma atrakcyjność danego obiektu, a nie cena”. Atol wskazuje, że atrakcyjność oferty obiektów takich, jak Siam Park, (...) Yas Watervvorld Abu Dhabi, Ferrari World, Walt Disney, Energylandia, Afrykarium w ZOO Wrocław (...), powoduje, że to nie cena jest wyznacznikiem chęci skorzystania z oferty”.

Cena biletu dla osoby dorosłej do Energylandii wynosi 179 zł, czyli stanowi aż 940 proc. ceny w Atolu. „To bezsprzecznie wskazuje, że ceny wejść do aquaparku letniego są obecnie ustalone na znacząco niskim poziomie” - podsumowuje prezes spółki.

Udostępniono za darmo zjeżdżalnie

Czwarty aspekt to „konieczność zwiększania atrakcyjności obiektów spółki - głównie poprzez nowe atrakcje lub znaczącą zmianę funkcjonalności obecnych”.

Prezes wskazuje, że Atol „w porównaniu do wielu wcześniejszych lat po raz pierwszy dokonała znaczącego zwiększenia atrakcyjności dawnego basenu letniego, a obecnie zwanego i pozycjonującego się jako Aquapark Letni (przy okazji zwracamy się z prośbą o używanie nowego nazewnictwa obiektów i poszczególnych stref będących w zarządzaniu spółki)”.

Co zrobiono? Spółka udostępniła rodzinom zjeżdżalnię rodzinną („do niniejszego sezonu mogły skorzystać z niej wyłącznie osoby

powyżej 10. roku życia, co było totalnym zaprzeczeniem słowa „rodzinna”). Bez dodatkowej opłaty można też skorzystać „z unikalnej w skali Polski wielkiej atrakcji - dmuchanej zjeżdżalni wodnej”.

Za 500+ można kupić 55 biletów

Staśkiewicz porusza też w odpowiedzi sprawę zasiłku 500 plus, pisząc m.in., że „spółka OKR Atol jest jednym z podmiotów, który zdecydowanie wspiera stanowisko ustawodawcy, aby kwota z zasiłku 500 Plus była wykorzystywana na zakup biletów wstępu do atrakcji ze szczególnym uwzględnieniem biletów wstępu do obiektów Atola zamiast na używkę, co - niestety - często ma miejsce”. Skąd ta ostatnia konstatacja prezesa, z jakich badań ona wynika - nie wiadomo.

Staśkiewicz wylicza, że „wykorzystując kwotę z zasiłku 500 plus jedno dziecko może aż 55 razy miesięcznie skorzystać z oferty Aquaparku Letniego, wykorzystując przysługujące na każde dziecko kwotę 500 zł brutto miesięcznie”.

5 zł to nawet nie slice of pizza

I wreszcie w punkcie szóstym Atol skupia się na inflacji.

„Kwota 5 zł brutto nie stanowi obecnie nawet równowartości 1 slice’a pizzy (cena zwykłej pizzy margherity wynosi ponad 30 zł brutto) i wynosi 0,65 litra paliwa na stacjach”. Slice of pizza to po prostu kawałek pizzy...

„Porównując do cen w Aquaparku Wrocław, to cena biletu 2h w kwocie 5 zł uprawniającego do wejścia do Aquaparku Letniego, przy cenie 50 zł brutto za cenę biletu 2h do Aquaparku Wrocław, bezsprzecznie wskazuje, że wejście do Aquaparku Wrocław stanowi aż 1000 proc. ceny biletu do Aquaparku Letniego” - czytamy.

I na kanwie tego prezes sugeruje ironicznie: „Mając na uwadze powyższe ceny, właściwym wydaje się wystosowanie stosownych pism do podmiotów prywatnych z wnioskiem o obniżenie cen produktów i usług m.in. na stacjach paliwowych i w podmiotach świadczących usługi gastronomiczne”. Dodaje też: „Należy mieć także na uwadze, że ceny różnego rodzaju produktów i usług w Oleśnicy są wyższe niż ceny nawet we Wrocławiu (paliwa, ceny niektórych usług gastronomicznych, ceny usług pralni chemicznych, etc.)”.

Roman Rybak

OPTYK LUX SFERA

**KAŻDY PIĄTEK
BADANIE WZROKU
GRATIS**

LICZNE RABATY

Oleśnica, ul. Okrężna 1-2, tel. 71 398 21 21
Zapraszamy: pon. - pt. 10-18, sob. 10-13
www.optyk-olesnica.pl

*przy zakupie okularów

**RZECZOZNAWCA MAJĄTKOWY
KATARZYNA SOŁTOWSKA-RYBAK**

WYCENA NIERUCHOMOŚCI: LOKALE MIESZKALNE - LOKALE UŻYTKOWE - BUDYNKI MIESZKALNE JEDNORODZINNE - BUDYNKI MIESZKALNE WIELORODZINNE - BUDYNKI USŁUGOWE - SŁUŻEBNOŚCI - SPÓŁDZIELCZE WŁASNOŚCIOWE PRAWO DO LOKALU - GRUNTY NIEZABUDOWANE

TELEFON: 505 144 658 E-MAIL: KONTAKT@WYCENA-RYBAK.PL

WWW.WYCENA-RYBAK.PL

Altana pomazana

Trzeba ją poddać renowacji.

Paweł Bielański wniósł na sesji interpelację w sprawie „renowacji (odmalowania) altany zlokalizowanej przy stawie miejskim na ulicy Kruczej”. Radny OR zauważył, że „konstrukcja altany jest obecnie pomazana różnymi napisami (w tym wulgarnymi) oraz oklejona nalepkami. Urząd Miasta obiecuje, że odnowi altanę jeszcze w tym roku .



Oleśnicy wandalę są widoczni na każdym kroku