STRATEGIA ROZWOJU RYNKU TURYSTYCZNEGO W POZNANIU

(pod redakcją **Stefana Bosiackiego**)









AKADEMIA WYCHOWANIA FIZYCZNEGO
im. Eugeniusza Piaseckiego w Poznaniu
INSTYTUT TURYSTYKI w Warszawie
MIASTO POZNAŃ

Poznań 2000

AKADEMIA WYCHOWANIA FIZYCZNEGO
im. Eugeniusza Piaseckiego
w Poznaniu
INSTYTUT TURYSTKI w Warszawie
MIASTO POZNAŃ

STRATEGIA ROZWOJU RYNKU TURYSTYCZNEGO W POZNANIU

(pod redakcją Stefana Bosiackiego)

POZNAŃ 2000 r.

Autorzy opracowania:
- wstęp; podrozdziały: 1.4, 5.2, 5.5, 6.1, 6.2; rozdziały: 2, 7; zakończenie - prof. dr hab. Stefan Bosiacki
- podrozdziały: 1.1, 3.6, 3.7, 3.8, 5.1 - prof. dr hab. Krzysztof Kasprzak, dr Beata Raszka
- podrozdziały: 3.1, 3.2, 3.3, 3.9 - dr Joanna Śniadek
- podrozdziały: 1.2, 1.3, 3.4, 3.5 - mgr Katarzyna Majchrzak
- podrozdziały: 4.1, 5.3 - prof. dr hab. Janusz Grell
- podrozdziały: 4.4, 4.5, 5.4, 6.3 - prof. dr hab. Jan Sikora

Kierownictwo naukowe:
prof. dr hab. Stefan Bosiacki

Recenzenci pracy:
- mgr Tomasz Kayser - Viceprezydent Miasta Poznania
- mgr inż. Lech Łangowski - Dyrektor Biura Promocji Miasta w Urzędzie Miejskim w Poznaniu
- mgr Zdzisław Łomiński - b. Dyrektor Wydziału Kultury Fizycznej i Turystyki Urzędu Miejskiego w Poznaniu

Formatowanie tekstu:
Magdalena Wojtaszak

Opracowanie wykonane na zlecenie Miasta Poznania zgodnie z umową
nr PM/12/99/Fn 1004 z dnia 30.04.1999 r.

© **Proj. okładki, skład, druk:** Agawa s.c., tel. 061/ 661-97-25

8904

INSTYTUT TURYSTYKI w Warszawie * Biblioteka

ISBN 83-914534-0-5

Spis treści

Wstęp	(S.Bosiacki).....	5
Rozdział 1.	***Walory turystyczne miasta Poznania i ich przydatność dla rozwoju rynku turystycznego (S. Bosiacki, K. Kasprzak, K. Majchrzak, B. Raszka)***	7
1.1.	Walory przyrodnicze miasta Poznania).....	7
1.1.1	Tereny zielone jako miejsce wypoczynku.....	7
1.1.2	Doliny drobnych cieków jako miejsce wypoczynku i rekreacji.....	12
1.1.3	Formy ochrony walorów przyrodniczych m. Poznania.....	14
1.1.4	Obszary o funkcjach wypoczynkowych i rekreacyjnych.....	15
1.2	Walory kulturowe	22
1.3	Walory historyczne	34
1.4	Strategia rozwoju walorów turystycznych m. Poznania (S. Bosiacki).....	41
Rozdział 2.	***Analiza wielkości i struktury krajowego oraz zagranicznego ruchu turystycznego w Poznaniu (S.Bosiacki)***	43
2.1.	Metodologia badań rynku turystycznego m. Poznania.....	43
2.2	Analiza przyjazdów turystów krajowych do Poznania.....	48
2.2.1	Charakterystyka pobytów turystów krajowych w Poznaniu w 1999 roku.....	48
2.2.2	Segmentacja turystów krajowych na rynku turystycznym miasta Poznania.....	55
2.3	Analiza przyjazdów turystów zagranicznych do Poznania w 1999 roku.....	58
2.3.1	Charakterystyka przyjazdów i pobytów turystów zagranicznych w Poznaniu.....	60
2.3.2	Segmentacja turystów zagranicznych odwiedzających Poznań.....	64
2.4	Ocena pobytu w Poznaniu przez turystów krajowych i zagranicznych	68
Rozdział 3.	***Infrastruktura materialna dla rozwoju rynku turystycznego miasta Poznania (K. Kasprzak, B.Raszaka, J.Śniadek, K.Majchrzak)***	73
3.1	Baza noclegowa	74
3.2	Baza żywieniowa.....	78
3.3	Dostępność komunikacyjna	80
3.3.1	Komunikacja drogowa.....	81
3.3.2	Transport kolejowy.....	84
3.3.3	Komunikacja lotnicza.....	86
3.3.4	Komunikacja wodna śródlądowa.....	87
3.4	Biura podróży	87
3.5	Informacja turystyczna	92
3.6	Obiekty sportowo-rekreacyjne	95
3.7	Szlaki turystyczne	97
3.8	Trasy rowerowe	98
3.9	Baza paraturystyczna	101

3.9.1	Obiekty kulturalno-rozrywkowe Poznania	101
3.9.2	Handel detaliczny i rzemiosło	105
3.9.3	Usługi bankowe, ubezpieczenia, telekomunikacja i łączność	106
3.9.4	Środki masowego przekazu	107
3.9.5	Służba zdrowia, usługi komunalne, bezpieczeństwo publiczne	108
Rozdział 4.	***Propozycje produktów turystycznych dla miasta Poznania (J.Grell, K. Kasprzak, K. Majchrzak, B.Raszka, J. Sikora)***	113
4.1	Produkty dla turystyki biznesowej i kongresowej	113
4.2	Produkty dla turystyki kulturowej i krajoznawczej	120
4.3	Produkty dla turystyki aktywnej i specjalistycznej	126
4.4	Produkty dla turystyki wypoczynkowej (weekendowej).....	128
4.5	Produkty dla turystyki tranzytowej	133
Rozdział 5.	***Uwarunkowania rozwoju rynku turystycznego miasta Poznania - analiza SWOT (S.Bosiacki, J. Grell, K. Kasprzak, B.Raszka, J. Sikora)***	137
5.1	Uwarunkowania przyrodnicze	137
5.2	Uwarunkowania ekonomiczne i finansowe.....	140
5.3	Uwarunkowania polityczne i organizacyjno-prawne	144
5.4	Uwarunkowania społeczne	150
5.5	Mocne i słabe strony rynku turystycznego Poznania, szanse i zagrożenia rozwoju	152
Rozdział 6.	***Prognoza sytuacji na rynku turystycznym miasta Poznania do roku 2010 (S. Bosiacki, J. Sikora.)***	157
6.1	Prognoza wielkości przyjazdów turystów krajowych i zagranicznych do Poznania	157
6.2	Rynki konkurencyjne dla rynku turystycznego Poznania	159
6.3	Możliwości likwidacji słabych stron rynku turystycznego miasta Poznania	161
Rozdział 7.	***Strategia promocji rynku turystycznego miasta Poznania (S. Bosiacki)***	165
7.1	Segmenty rynkowe docelowe	165
7.2	Cele marketingowe.....	167
7.3	Nakłady finansowe na promocję do roku 2010	168
7.4	Monitorowanie.....	172
Zakończenie	(S. Bosiacki)	173
Bibliografia	.....	175

WSTĘP

Mimo utrzymujących się zjawisk inflacyjnych oraz pojawiającej się w wielu krajach dekoniunktury gospodarczej, gospodarka turystyczna odnotowuje stały rozwój, chociaż jego tempo w ostatnich latach jest nieco wolniejsze.

Także w Polsce po 1989 roku turystyka stała się jedną z najbardziej dynamicznie rozwijających się dziedzin gospodarczych, co znalazło między innymi swoje odzwierciedlenie w przyjętych przez Radę Ministrów we wrześniu 1994 roku "Założeniach rozwoju gospodarki turystycznej", wyznaczających turystyce znaczącą rolę w rozwoju społeczno - gospodarczym kraju, w procesie stabilizacji ekonomicznej i w ograniczaniu bezrobocia.

Według prognoz w 2007 roku odwiedzi Polskę 24,3 mln turystów zagranicznych, natomiast liczba krajowych podróży turystycznych osiągnie wielkość 142,5 mln, przy stopie aktywności turystycznej społeczeństwa polskiego wynoszącej 73-74 %.

Dla wykorzystania istniejącej szansy, jaka rysuje się przed polską gospodarką turystyczną, a jednocześnie dla sprostania konkurencji na międzynarodowym rynku, strategicznym celem polityki państwa w sferze turystyki powinno być tworzenie silnego ekonomicznie, zorientowanego na rynek i jego mechanizmy sektora turystyki.

Podstawowym warunkiem sukcesu tego sektora w przyszłości jest stałe podnoszenie atrakcyjności turystycznej poszczególnych regionów i miejscowości oraz rozwój infrastruktury materialnej służącej turystom.

W opracowanym przez Urząd Kultury Fizycznej i Turystyki dokumencie pt.: "Program rozwoju krajowego produktu turystycznego w latach 1998-2007" wskazuje się jednoznacznie, iż krajowy program rozwoju turystyki powinien koncentrować się na kompleksowych przedsięwzięciach realizacyjnych w wybranych centrach i na wybranych obszarach, takich jak: centra wypoczynkowe, centra turystyki biznesowej, specjalistycznej, kulturowej i tranzytowej.

Jak z powyższego wynika rozwój polskiej gospodarki turystycznej i jej konkurencyjność w stosunku do innych rynków europejskich, to przede wszystkim racjonalne i ekonomicznie zrównoważone strategie rozwoju lokalnych i regionalnych rynków turystycznych. Powyższe stwierdzenie dotyczy również aglomeracji poznańskiej, niesłusznie określanej przez niektórych ekspertów jako miasto "mało przyjazne" turystom. Posiadane walory turystyczne, dość dobrze rozwinięta infrastruktura materialna dla potrzeb turystyki, profesjonalne kadry to niewątpliwe atuty Poznania jako centrum turystycznego.

Celem niniejszego opracowania jest przedstawienie kompleksowej strategii rozwoju rynku turystycznego w Poznaniu, która pozwoli na jednoznaczne określenie miejsca turystyki w rozwoju społeczno - gospodarczym miasta.

W opracowaniu dokonano syntetycznej diagnozy sytuacji na poznańskim rynku turystycznym, wykorzystując w tym celu wszelkie dostępne dane statystyczne i informacje źródłowe.

Z uwagi na istotne braki informacyjne wykorzystano w opracowaniu dość szeroko wyniki specjalnych badań ankietowych przeprowadzonych przez pracowników Instytutu Turystyki oraz Katedry Ekonomiki i Organizacji Turystyki poznańskiej AWF, wśród turystów krajowych i zagranicznych, mieszkańców miasta, przedstawicieli branży turystycznej oraz przedstawicieli władz samorządowych.

Badania przeprowadzono w miesiącach maj- wrzesień 1999 roku.

Na podstawie dokonanych analiz określono w opracowaniu produkty dla poznańskiego rynku turystycznego., jak również główne segmenty rynkowe, na których winna koncentrować się działalność firm i instytucji turystycznych Poznania.

W końcowych fragmentach pracy zaprezentowano syntetyczną ocenę rynku turystycznego w Poznaniu (analiza SWOT) oraz prognozę sytuacji na tym rynku w perspektywie 2010 roku.

Przedstawiono również strategię promocji rynku turystycznego dla badanego obszaru, z określeniem podstawowych nakładów finansowych na działania promocyjne.

Zespół autorski nie rości sobie pretensji do definitywnego rozstrzygnięcia wszystkich problemów nurtujących poznański rynek turystyczny, ale ma nadzieję, że zaprezentowane w pracy rozważania staną się znaczącym elementem ogólnej strategii rozwoju społeczno - gospodarczego miasta Poznania.

Rozdział 1
WALORY TURYSTYCZNE MIASTA POZNANIA I ICH PRZYDATNOŚĆ DLA ROZWOJU RYNKU TURYSTYCZNEGO

W rozważaniach nad możliwościami turystycznego rozwoju regionów i miejscowości, niejako ich podstawą jest analiza walorów, jakimi dany region lub miejscowość dysponują, one to bowiem wyznaczają nie tylko zakres dla gospodarki turystycznej na tym obszarze, ale także konkretne formy realizacji potrzeb konsumentów - turystów.

1.1. WALORY PRZYRODNICZE MIASTA POZNANIA

Poznań wraz strefą podmiejską tworzy bardzo charakterystyczny system rekreacyjny. O jego wewnętrznej strukturze decyduje osiowy układ doliny Warty o przebiegu północ – południe, do której promieniście schodzą się doliny niższego rzędu: Bogdanki z jeziorami Rusałką, Strzeszyńskim i Kierskim, Głównej i Cybiny z Jeziorem Maltańskim oraz Potoku Junikowskiego. Obszar ten charakteryzuje się urozmaiconą rzeźbą – przełomową doliną Warty, której dno leży na wysokości 45 m n.p.m. w obrębie pagórków moreny czołowej, gdzie znajduje się największe wzniesienie Góra Moraska (154 m n.p.m.). W obrębie Warty występują następujące poziomy terasowe: terasy zalewowej (około 50 m n.p.m.), terasy środkowej (około 60 m n.p.m.), terasy wysokiej (około 70 m n.p.m.). Do Owińsk krawędź doliny Warty zaznacza się wyraźnie, w zboczu wysoczyzny zaznaczają się dolinki erozyjne o charakterze parowów i wąwozów. Cechą charakterystyczną tego obszaru jest przewaga obszarów płaskich o spadkach 0^{o}-3^{o} i wysokości dochodzącej do 75 m n.p.m. oraz wyraźny wzrost spadków (do 9^{o}) na zboczach terasowych w dolinie Warty. Doliny niższego rzędu charakteryzują się występowaniem krajobrazów z ciągami jezior sąsiadującymi z terenami leśnymi. Teren jest dostępny komunikacyjnie i częściowo przystosowany do pełnienia funkcji rekreacyjnej. Walory rekreacyjne tych dolin obniża sąsiedztwo terenów zabudowanych i przemysłowych. Mają one także swoją kontynuację w strefie podmiejskiej. Znacznie zabudowana i przeobrażona przez człowieka dolina Warty łączy miasto z Puszczą Zielonką (Park Krajobrazowy „Puszcza Zielonka") i lasami okolic Biedruska na północy oraz z Wielkopolskim Parkiem Narodowym i Rogalińskim Parkiem Krajobrazowym na południu. Wszystkie te obszary odznaczają się bardzo wysokimi walorami krajoznawczymi i przyrodniczymi.

1.1.1. Tereny zieleni jako miejsce wypoczynku

Na wykształcenie się korzystnych warunków do wypoczynku w Poznaniu podstawowy wpływ miał układ warunków fizjograficznych, szczególnie ukształtowanie sieci hydrograficznej oraz dobre planowanie, a następnie ukształtowanie terenów zieleni[1].

Projekt systemu zieleni oparty na klinach opracowano w latach 1930-1934, wykorzystując naturalne położenie miasta na osi dolin rzecznych biegnących z południa na północ (rzeka Warta) oraz wschód – zachód (rzeka Cybina, Potok Bogdanka). Zaprojektowane zostały cztery kliny zieleni: zachodni (golęciński),

---

[1] B.Hoffman, M.Kałwiński, M.Lisiecka, I.Ludwiczak, E.Raczkowska: *Zieleń* [w] *Środowisko naturalne miasta Poznania*. Urząd Wojewódzki, Poznań 1996, część I, s. 123-140.

wschodni (cybiński), południowy (dębiński), północny (naramowicki). Kliny zieleni w najbliższej okolicy centrum miasta miały charakter parkowy, a w częściach położonych z dala od centrum – charakter leśny, łącząc się z lasami w Puszczykowie, Promnie i masywu Dziewiczej Góry. Ich położenie, zachowane do dnia dzisiejszego, odznaczało się bardzo charakterystycznym pierścieniowym układem[2]:

pierwszy pierścień – biegnie w śladzie średniowiecznych obronnych murów miasta; zieleń ta nie tworzy zwartego pierścienia, ale ma charakter zieleni plamowej przedzielonej zwartą zabudową Starego Miasta; do chwili obecnej zachowały się: Park Chopina, zieleńce na dziedzińcu Szpitala Miejskiego przy ul. Szkolnej, na Wzgórzu Przemysława oraz między ulicami Franciszkańską a Górą Przemysława, ogród przy Pałacu Działyńskich od strony ul. Franciszkańskiej, zieleniec przy ul. Masztalarskiej

drugi pierścień – utworzony przez Wały: Księcia Józefa, Stanisława Leszczyńskiego, Stefana Batorego, Wazów, Zygmunta Starego, Władysława Warneńczyka, Królowej Jadwigi, Tadeusza Kościuszki, Jana III Sobieskiego, Zygmunta Augusta, Kazimierza Jagiellończyka, Władysława Jagiełły, Kazimierza Wielkiego (obecny układ ulic: ul. Generała Kutrzeby - ul. Księcia Józefa - ul. H. Wieniawskiego - al. Niepodległości - ul. Królowej Jadwigi - ul. Tadeusza Kościuszki - ul. Krakowska - ul. Kazimierza Wielkiego); drugi pierścień stanowiła także zieleń założona na obszarze zlikwidowanych pruskich fortyfikacji i pobliskich terenach (Park H. Dąbrowskiego, Park Lubuski, Park K. Marcinkowskiego, Park H. Wieniawskiego, Park A. Mickiewicza, Park. St. Moniuszki, zieleń Cmentarza Zasłużonych Wielkopolan); w skład pierścienia wchodziły także zieleńce, np. przy ul. Karmelickiej, Fredry, Strzeleckiej, Zielonej

trzeci pierścień – pas zieleni obwodowej utworzonej m.in. przez zieleń fortów okołomiejskich (liczne obiekty dobrze zachowały się do dnia dzisiejszego).

Chociaż nietrafione lokalizacje budowlane oraz zniszczenia zieleni zmniejszyły i zdeformowały możliwość kształtowania całego systemu według pierwotnego planu, to jednak system klinów zachowany został we wszystkich powojennych planach zagospodarowania przestrzennego, kontynuujących ideę wykorzystania warunków naturalnych i terenów biologicznie czynnych dla rozbudowy i utrwalania przyrodniczego systemu miasta Poznania. W obowiązującym od 1999 roku Miejscowym Planie Ogólnym Zagospodarowania Przestrzennego m. Poznania z 1994 r.[3] ustalono m.in.:

- utrzymanie i wzbogacenie zieleni śródmieścia
- utrzymanie i poszerzenie istniejących klinów zieleni poprzez wykorzystanie terenów wartościowych przyrodniczo oraz zalesianie i zadrzewianie zaniedbanych, zdewastowanych powierzchni
- realizację południowo-zachodniego klina opartego na Strumieniu Junikowskim
- realizację południowo-wschodniego klina opartego na rzece Kopli (Głuszynce).

---

[2] J.Bogucki, W.Staniewska-Zątek, Z.Łomiński: *Warunki rekreacji* [w] *Środowisko naturalne* ... opt.cit. s. 155-173.

[3] W 1999 roku zgodnie z nowymi regulacjami prawnymi stracił ważność Plan Ogólny Zagospodarowania Przestrzennego m.Poznania. Zastąpi go studium uwarunkowań zagospodarowania przestrzennego, które nie ma mocy prawnej, ale określa wizję rozwoju miasta w dłuższej perspektywie czasu np. 20-25 lat. Na podstawie w/w studium będą opracowywane plany miejscowe.

Wypoczynek i rekreacja w mieście Poznaniu oparte są głównie na następujących typach powierzchniach zieleni[4]:

Zieleń dostępna, obejmująca parki i zieleńce

Obejmują obiekty o powierzchniach powyżej 2 ha, które przeznaczone są dla popularnych (powszechnych) form wypoczynku, np. spacery, zabawy z dziećmi, wypoczynek osób starszych. Pod zarządem Urzędu Miejskiego (Wydział Ochrony Środowiska) znajdują się parki o łącznej powierzchni 436, 24 ha (w tym parki zabytkowe: 45,59 ha). W Parku Wilsona (powierzchnia 7,19 ha) znajduje się Palmiarnia – botaniczna placówka wystawowo-dydaktyczna - o powierzchni 4000 m^2. Na terenie miasta znajdują się także parki oraz większe powierzchnie starodrzewia, będące we władaniu różnych jednostek, często także osób fizycznych. Ich stan zachowania jest bardzo różny (brak pełnych danych dotyczących ich powierzchni).

W mieście znajduje się 117 obiektów przeznaczonych do krótkiego wypoczynku, spacerów i ozdoby o powierzchni 2 ha, które łącznie zajmują obszar 86,92 ha. Niektóre z nich zmieniły swoją funkcję z powodu przekroczenia pojemności rekreacyjnej, a zwłaszcza zmian w układzie komunikacyjnym miasta i wprowadzenia zabudowy.

Zieleń przyuliczna

W mieście występuje niecałe 27 tys. drzew. Obserwuje się stopniowe wypadanie drzew przyulicznych, nie tylko w centrum, ale także w miejscach oddalonych od śródmieścia.

Zieleń o specjalnym przeznaczeniu, obejmująca ogrody dydaktyczne, ogrody zoologiczne, ogrody działkowe

Ogrody dydaktyczne

Do ogrodów dydaktycznych zalicza się następujące obiekty:

a) Ogród Botaniczny (Uniwersytet im. A. Mickiewicza) – rok powstania: 1925, placówka naukowo-dydaktyczna, w okresie wiosenno-letnim pełniąca rolę parku ogólnodostępnego; na powierzchni 21,94 ha znajdują się kolekcje botaniczne zawierające ponad 8 tys. gatunków i odmian roślin

b) Ogród Dendrologiczny (Akademia Rolnicza) – rok powstania: 1920, stanowi fragment o powierzchni 4 ha zachodniego klina zieleni; kolekcja prawie wszystkich gatunków drzew oraz krzewów rodzimych i pochodzenia obcego występujących w kraju

c) Ogród Farmakognostyczny (Akademia Medyczna) – rok powstania: 1925, na powierzchni 1,2 ha zgromadzono kolekcję 1,5 tys. gatunków roślin zielarskich.

Ogrody zoologiczne

Założony w 1871 r. Ogród Zoologiczny (tzw. „Stare ZOO"), obejmujący obecnie powierzchnię 5,2 ha, ze względu na znajdujący się w jego znacznej części starodrzew, stanowi ważny obiekt w rejonie dzielnicy Jeżyce, odznaczającej się bardzo niewielkim udziałem terenów zieleni. Nowy ogród (Wielkopolski Park Zoologiczny; tzw. nowe ZOO), powstały w latach 1970-1974, wchodzi w skład wschodniego klina zieleni. Obecny teren (117 ha) tworzy kompleks różnych środowisk przyrodniczych (pola, lasy, suche łąki, stawy) zamieszkiwanych przez zwierzęta.

---

[4] B.Hoffman, M.Kałwiński, M.Lisiecka, I.Ludwiczak, E.Raczkowska: *Zieleń* [w] *Środowisko naturalne* ... opt.cit.

Ogrody działkowe

Ogrody tego typu są jednym z najbardziej dynamicznie rozwijających się w okresie powojennym składnikiem zieleni miejskiej. Położone często w gęstej zabudowie miasta i w jej bezpośrednim sąsiedztwie stanowią ważny element zieleni miejskiej, zapewniającej rekreację tysiącom ludzi. Obecnie powierzchnię około 830 ha zajmuje 95 kompleksów ogrodów działkowych (około 19 tys. działek).

Zieleń towarzysząca

W jej skład wchodzą głównie tereny z różnego typu zielenią zlokalizowane przy zakładach pracy, ogrody dziecięce, tereny sportowe, tereny przyszpitalne, zieleń osiedlowa, zieleń przydomowa oraz zieleń cmentarna. Dla celów wypoczynkowych istotne znaczenie mają tereny sportowe oraz zieleńce osiedlowe i tereny zielone dla dzieci i młodzieży.

Tereny zieleni dla dzieci i młodzieży

Zieleń o dużych walorach estetycznych i sanitarnych, będąca miejscem codziennej rekreacji dla dużej grupy dzieci i młodzieży. Tereny tego typu zieleni łączą się niekiedy z ogólnym systemem zieleni miejskiej (np. zielenią osiedlową). Wyróżnić można dwie podstawowe grupy:

- zieleńce dziecięce założone przy żłobkach, przedszkolach (powierzchnia: od kilkuset m^2 do kilku ha), jordanowskie [np. przy Drodze Dębińskiej, powierzchnia: ok. 5 ha], place zabaw
- zieleńce szkolne założone przy szkołach podstawowych, średnich, zawodowych, wyższych, specjalnych.

Brak jest przyszkolnych ogrodów dydaktycznych.

Zieleń terenów sportowych

Tereny te (łączna ich powierzchnia: 85 ha) zlokalizowane są we wszystkich dzielnicach miasta, niektóre znajdują się w klinach zieleni, np. obiekty sportowe Klubu Olimpia.

Zieleń osiedlowa (zieleń zarządzana przez spółdzielnie mieszkaniowe)

Zieleń o charakterze parków spacerowo-wypoczynkowych wewnątrz dużych osiedli powstała wraz z rozwojem i rozbudową miasta, stanowiąc wydzielone enklawy wśród intensywnej osiedlowej zabudowy mieszkalnej. Obecnie powierzchnia tego typu zieleni wynosi około 460 ha. Największymi powierzchniami zieleni dysponują:

- Spółdzielnia Mieszkaniowa Lokatorsko-Własnościowa Osiedle Młodych – 151 ha
- Poznańska Spółdzielnia Mieszkaniowa Piątkowo – 96 ha
- Spółdzielnia Winogrady – 92 h

Zieleń osiedlowa-przydomowa

Na terenie miasta znajduje się ponad 90 osiedli domków jednorodzinnych w ogrodach o łącznej powierzchni około 3720 ha. Największe osiedla to: Szczepankowo, Podolany, Krzyżowniki, Świerczewo, Umultowo, Plewiska, Ławica. Zieleń ogrodów przydomowych ma szczególnie duże znaczenie w kształtowaniu mikroklimatu miasta.

Zieleń cmentarna

Spełnia ważną rolę krajobrazową w całości systemu terenów zielonych miasta. Cmentarze komunalne łączą się z lasami komunalnymi i przylegają do ogrodów działkowych (Junikowo - zamknięte wnętrze przestrzenne o powierzchni 93,7 ha, Miłostowo - układ krajobrazu leśnego o powierzchni 98 ha). Cmentarze parafialne (9 cmentarzy to obiekty zabytkowe) łącznie zajmują powierzchnię 40 ha.

Tereny gospodarki rolnej i leśnej

Zajmują łącznie 8655 ha (33,1 % powierzchni całego miasta) i obejmują różnego typu gospodarstwa ogrodnicze, warzywnicze, sadownicze, kwiaciarskie oraz gospodarstwa rolniczo-hodowlane. Zlokalizowane są głównie w południowo-wschodniej części miasta (Szczepankowo, Michałowo, Spławie, Krzesiny, Piotrowo, Sypniewo, Głuszyna), w części północno-zachodniej (Biedrusko, Morasko, Naramowice, Strzeszyn, Psarskie) i w północno-wschodniej (Kicin). Tereny te położone są w rejonach o przewadze funkcji osadnictwa rolniczego. Lasy państwowe i prywatne zajmują łączną powierzchnie 1261 ha; są rozdrobnione i rozmieszczone w peryferyjnych częściach miasta.

Lasy komunalne

Zajmują powierzchnie 2.553 ha (w tym 81 % stanowi powierzchnia zalesiona). Obecny układ lasów komunalnych – należących do grupy lasów szczególnie chronionych za względu na podstawowe funkcje (sanitarna i rekreacyjna) - opiera się na systemie pierścieniowo-klinowym zieleni. Dotyczy w szczególności klinów wschodniego, zachodniego i południowego.

Powyższy podział zieleni, oparty jeszcze na podziale wprowadzonym przez W. Czarneckiego, nie jest podziałem funkcjonalnym, ale oddaje także stosunki własnościowe. Z przyrodniczego punktu widzenia dane te nie są więc pełne.

System zieleni miejskiej Poznania jest obecnie zagrożony, bowiem od lat 80-tych obserwowana jest tendencja zahamowania wzrostu powierzchni terenów zieleni. Spowodowane to jest ograniczaniem budowy nowych obiektów oraz traktowaniem obszarów zieleni jako rezerw terenu pod inne funkcje, najczęściej pod zabudowę. Dla przeciwdziałania temu niekorzystnemu zjawisku – mającemu bezpośredni wpływ na ograniczenie terenów przydatnych dla rekreacji - niezbędne jest zwłaszcza wykonanie wypełnień i rozbudowa istniejących klinów zieleni oraz tworzenie nowych, praktyczna realizacja zadań ochronnych w zespołach przyrodniczo-krajobrazowych oraz zadań związanych z ochroną rezerwatów i użytków ekologicznych. Realizacja ta następowałaby poprzez:

- wprowadzanie zalesień i zadrzewień
- ochronę i tworzenie biologicznych osłon cieków wodnych
- piętrzenie nowych zbiorników wodnych i odtworzenie cieków zniszczonych (np. odtworzenie pełnego układu wodnego w dolnym biegu Potoku Bogdanka)
- budowę zieleńców, parków osiedlowych
- rewaloryzacja zaniedbanych obiektów zieleni
- ochronę i restytucję alei
- uzupełnienie obiektów zieleni towarzyszącej szlakom komunikacyjnym
- uporządkowanie i pielęgnacja zieleni fortów i cmentarzy.

Szczególnie istotne dla rozwoju rekreacji i ochrony wód, występujących na terenie miasta, mają przede wszystkim kliny zieleni. Ich ochrona to głównie utrzymanie i poszerzenie terenów zieleni, w pierwszej kolejności poprzez wykorzystanie terenów zaniedbanych i zdewastowanych nie będących własnością prywatną. Celowe jest stworzenie w południowej części miasta nowych klinów

zieleni związanych z dolinami Kopli (Głuszynki) i Strumienia Junikowskiego oraz pasma zieleni wzdłuż Różanego Potoku[5].

1.1.2. Doliny drobnych cieków jako miejsce wypoczynku i rekreacji

Dużą uwagę należy zwrócić na znaczenie i atrakcyjność dla wypoczynku i rekreacji dolin drobnych cieków. Cieki i rowy melioracyjne wraz z dolinami są specyficznymi strukturami krajobrazowymi pełniącymi funkcje łączników między różnymi typami krajobrazów. Tego typu struktury krajobrazowe mogą[6]:

- podnosić walory estetyczne krajobrazu, szczególnie na terenie graniczącym z zabudową miejską, jak i na jednostajnych terenach rolniczych poprzez zwiększenie mozaikowatości krajobrazu
- pełnić funkcję linearnych systemów turystycznych (spacerowych), podobnie jak ścieżki, drogi i szlaki turystyczne
- zapewnić komfort wypoczynku, ze względu na atrakcyjne, naturalne krajobrazy, korzystny bioklimat i względny komfort akustyczny.

Wysokie walory krajobrazowo-ekologiczne, klimatyczne i turystyczne dolin odwadnianych przez cieki i rowy melioracyjne, a równocześnie korzystne warunki fizjograficzne terenów położonych pomiędzy nimi wskazują na konieczność utrzymaniu tych funkcji przez odpowiednie kształtowanie środowiska obszarów granicznych. Stwarza to szansę rozwoju, np. w północnej części Poznania, osiedli w których zapewniony może być znacznie korzystniejszy, niż dotąd, komfort mieszkania i wypoczynku. Doliny drobnych cieków są atrakcyjne dla penetracji pieszej, ponieważ są to miejsca na ogół bardzo kontrastowe w stosunku do miejsca zamieszkania (np. żółty szlak turystyczny Poznań –Morasko – Umultowo - Poznań najczęściej sąsiaduje z dolinami drobnych cieków)[7].

Obszary dolin drobnych cieków odznaczają się wyjątkowymi walorami klimatycznymi, ze względu na niewielki udział czynników antropogenicznych w przekształcaniu bioklimatu tego obszaru (oddalenie od aglomeracji, niski stopień urbanizacji). Porośnięcie dolin rozcinających teren różnorodną roślinnością stwarza korzystne warunki bioklimatyczne. Szczególnie w tych miejscach, gdzie doliny sąsiadują ze zwartymi kompleksami leśnymi – masy powietrza są tutaj bogatsze w aerozole o ładunku ujemnym. Drobne zbiorniki wodne zwiększają ilość pary wodnej w powietrzu oraz ilość fitoaerozoli, przez co poprawiają jego jakość. Licznie występujące olsy mają ogromne znaczenie filtracyjno-detoksykacyjne (zatrzymują ok. 80 % pyłów, i absorbują ok.85 % gazów).

Interesujące z punktu widzenia przydatności dla wypoczynku i rekreacji są obszary położone w północnej części Poznania między Suchym Lasem, Moraskiem, Umultowem a dzielnicami Piątkowa. Jest to strefa kontaktu gliniastej moreny czołowej położonej na północy z piaskami sandru na południu i wschodzie. Warunkuje to specyficzną rzeźbę terenu; zróżnicowane morfologicznie wzgórza z kulminacją 153,9 m n.p.m. (Góra Moraska), przechodzące w falistą równinę porozcinaną płaskimi dolinami

---

[5] I.Ludwiczak: *Ochrona wód w miejscowym planie ogólnym zagospodarowania przestrzennego miasta Poznania* [w] A.Kaniecki, J.Rotnicka: *Wody powierzchniowe Poznania. Problemy wodne obszarów miejskich.* Wyd. SORUS, Poznań 1995, s. 513-528.

[6] D.Sołowiej: *Ocena atrakcyjności terenów przywodnych aglomeracji poznańskiej dla rekreacji w opinii jej mieszkańców* [w] *Wody powierzchniowe ...* opt.cit., s. 488-494.

[7] J.w.

wypełnionymi torfami i piaskami humusowymi. Odwadniane są one przez drobne cieki w kierunku doliny Warty. Głównym obszarem źródliskowym cieków są młaki[8] i torfowiska znajdujące się wśród lasów na gliniastych stokach Góry Moraskiej. Doliny odznaczają się dużą zmiennością krajobrazów. Wzdłuż ich biegu przemiennie występują bagna, torfowiska, suche lub wilgotne łąki olsy, kępy drzew. W sąsiedztwie dolin znajdują się pola uprawne, warzywniki, sady. Teren ten cechuje się niskim stopniem urbanizacji. Wyjątkiem jest teren, na którym Różany Potok łączy się ze swoimi dopływami, m.in. z Potokiem Umultowskim. Jest to strefa intensywnej zabudowy mieszkaniowej, silnie przekształcona przez człowieka (Osiedle Różany Potok, budynki Uniwersytetu im. A. Mickiewicza). Różany Potok o długości około 5,5 km ma dobrą jakość wód, o czym decyduje głównie położenie wśród łąk i lasów. Na tle cieków i zbiorników wodnych aglomeracji poznańskiej wody tego obszaru cechują się niewątpliwie mniejszym zanieczyszczeniem, zarówno chemicznym, jak i bakteriologicznym. Głównym źródłem zanieczyszczenia są okresowe nawożenia warzywników i sadów. Zjawisko to szczególnie nasilone jest w okolicy Jeziora Umultowskiego. Z uwagi na niewielkie rozmiary zbiorników wodnych występujących na tym terenie, jak i niewielkie przepływy w strumieniach, system hydrograficzny jest w stanie chwiejnej równowagi biologicznej. W niektórych latach większość koryt rzecznych i rowów melioracyjnych jest sucha. Na tym terenie od kilku lat przeprowadza się prace melioracyjne – są one szczególnie zaawansowane w strefie łączenia cieków, między Osiedlem Różany Potok a Colegium Fizyki. Powstają tutaj drobne zbiorniki wodne mające poprawić retencję wód i estetykę tego krajobrazu.

Krajobrazy doliny Różanego Potoku są niezwykle atrakcyjne. W bezpośrednim sąsiedztwie budownictwa wysokokondygnacyjnego występują tereny rezerwatowe (Rezerwat „Meteoryt Morasko") oraz krajobrazy zbliżone swoim charakterem do naturalnych (zarastające oczka wyizolowane wysoką zielenią z otoczenia, koryta cieków, podmokłe łąki i torfowiska z pojedynczymi dobrze wykształconymi drzewami, występujące wśród pół uprawnych lub na śródleśnych polanach, rozległe trzcinowiska). Podobne typy krajobrazu występują w dolinkach dopływów Różanego Potoku. Szczególną atrakcyjnością cechuje się zarastające Jezioro Umultowskie, położone w sąsiedztwie sadów, pól i muraw kserotermicznych. Zostało ono formalnie zakwalifikowane jako użytek ekologiczny. Szata roślinna, wskutek wieloletniego zagospodarowania rolniczego tego terenu uległa przeobrażeniu. Pierwotne lasy mieszane dębowo-grabowe i dębowe zostały wyparte przez sosnę. Przemiennie występują tu siedliska łęgu jesionowo-olszynowego, boru mieszanego sosnowo-dębowego, lasu dębowo-grabowego i boru suchego.

Atrakcyjność tego obszaru dla wypoczynku i rekreacji jest tym większa, że leży on w granicach izochory 1 godz. wytyczonej dla turystów pieszych i rowerzystów mieszkających na Piątkowie. Wzrost ludności w granicach osiedli Piątkowa, brak alternatywnych form rekreacji na osiedlach powoduje, że w ostatnich latach wzrasta natężenie ruchu spacerowego w kierunku Moraska, do czego teren ten nie jest przystosowany (dewastacja środowiska)[9].

---

[8] Młaki - teren o glebie bagiennej z wyziękami wód gruntowych, porośnięty zbiorowiskami roślinności łąkowo-bagiennej

[9] D.Sołowiej: *Ocena aktywności* ... opt.cit.

Innego typu problemem jest odtworzenie cieków zniszczonych lub wprowadzonych w system kanalizacji. Sieć poznańskich strumieni uległa w rejonie śródmieścia wielokrotnym przekształceniom i deformacjom. Powodowało to likwidowanie kolejnych odcinków strumieni oraz odnóg rzecznych. Ich wody są prowadzone kolektorami kanalizacji miejskiej wraz ze ściekami sanitarnymi i deszczowymi z ulic (np. na przełomie XIX i XX wieku dolne odcinki Potoku Wierzbak i Potoku Bogdanka, na dolinie którego oparta jest struktura klina zachodniego). Problem odtworzenia dolnego biegu Potoku Bogdanka nie może być postrzegany i nie może być rozwiązany w oderwaniu od szerszego kontekstu przekształceń struktury funkcjonalno-przestrzennej całego obszaru. Projekt winien zatem obejmować także rewitalizację tego zdegradowanego terenu. Obszar położony między stokami obecnej Cytadeli a Wzgórzem św. Wojciecha – przez który niegdyś przepływał Wierzbak, a obecnie przechodzi podziemny kanał Bogdanki – w ciągu ostatnich wieków ulegał kilkakrotnie silnym przekształceniom przestrzennym, które miały najczęściej charakter wyłącznie utylitarny[10].

1.1.3. Formy ochrony walorów przyrodniczych m.Poznania

Do priorytetowych strategicznych obszarów ze względu na ochronę wartości przyrodniczych, należą także tereny leżące poza przyrodniczym systemem klinów zieleni oraz tereny wzbogacające wartość klinów zieleni. Szczególnie wartościowe tereny, na podstawie przepisów *ustawy z dnia 16 października 1991 r. o ochronie przyrody* (Dz. U. Nr 114, poz. 492, z późn. zm.), objęte zostały ochroną jako formy ochrony przyrody, zespoły przyrodniczo-krajobrazowe i użytki ekologiczne na mocy Uchwały Rady Miejskiej Poznania z 1994 r[11]. Do zespołów przyrodniczo-krajobrazowych zakwalifikowano następujące rodzaje obszarów: zlewnie niosące wody I klasy czystości, zasobową dolinę kopalną, fragment moreny stanowiącej najwyższe wzniesienie w okolicach miasta (Góra Moraska), dolinę rzeki Kopli (Głuszynki). Zachowanie naturalnego krajobrazu na wymienionych terenach nie oznacza jednak całkowitego przekreślenia ich gospodarczej roli. Na podstawie wspomnianej Uchwały Rady Miejskiej utworzono:

- zespół przyrodniczo-krajobrazowy „Morasko" – powierzchnia 24,1 km^2, ochrona fragmentu moreny z Górą Moraską między granicą Poznania na zachodzie, a Nową Wsią Górną na wschodzie; fragmentu doliny Warty od ujścia Różanego Potoku do północnej granicy miasta (obszar zasobowy wód); zlewnii Różanego Potoku (ochrona wód I klasy czystości) ze zlewnią Jeziora Umultowskiego; zlewnii Potoku Naramowickiego (Nowa Wieś Górna, ochrona wód I klasy czystości); układów osadniczych Morasko, Radojewo, Umultowo, Nowa Wieś Górna, Nowa Wieś Dolna z wyłączeniem obszarów objętych lub przewidzianych do objęcia ochrona prawną wyższej kategorii
- zespół przyrodniczo-krajobrazowy „Michałówka" – powierzchnia 24,2 km^2, ochroną objęto: zlewnię Michałówki (I klasa czystości), wody podziemne doliny kopalnej, układy osadnicze Krzesiny i Spławie

---

[10] Z.Arndt, A.Kusztelski, A.Krych, M.Kostenecka: *Koncepcja rekonstrukcji dolnego odcinka Strumienia Bogdanka* [w] *Wody powierzchniowe* ... opt.cit. , s. 501-512.

[11] Uchwała nr CV/610/94 Rady Miasta Poznania z dnia 10 maja 1994 r. w sprawie utworzenia użytków ekologicznych i zespołów przyrodniczo-krajobrazowych. Dz.Urz.Woj. Poznań nr 12, poz. 126.

- zespół przyrodniczo-krajobrazowy „Głuszyna" – powierzchnia 28,2 km^2 , ochroną objęto: dolinę rzeki Kopla (Głuszynka) oraz układy osadnicze Głuszyna i Piotrowo

Użytki ekologiczne stanowią wyznaczone w plania zagospodarowania 22 obszary (o łącznej powierzchni 1697 ha - bez fortów, 17 związanych jest bezpośrednio ze środowiskiem wodnym) wymagające ochrony ze względu na występujące tam pozostałości naturalnych ekosystemów[12]. Tereny te często znajdują się w otoczeniu użytkowanych gospodarczo i zmienionych już przez człowieka terenów.

1.1.4. Obszary o funkcjach wypoczynkowych i rekreacyjnych

Ukształtowany obecnie system rekreacyjny miasta Poznania charakteryzuje się kilkoma cechami:

1. Układ zieleni umożliwia realizację różnych form rekreacji, zarówno w obrębie zabudowy zwartej, jak i na rozległych powierzchniach klinów zieleni (rekreacja codzienne oraz w dni wolne od pracy). Znaczne zróżnicowanie warunków przyrodniczych w obrębie systemu umożliwia uprawianie różnorodnych form rekreacji ruchowej o odmiennym oddziaływaniu na środowisko.
2. System obejmuje jeszcze mało wykorzystane tereny - rezerwa możliwa do przeznaczenia na cele rekreacji (północny fragment doliny Warty, stawy w dolinie Strumienia Junikowskiego, dolina Michałówki, dolina Kopli).
3. W systemie szczególnie widoczne są konflikty przestrzenne, takie jak:

a) niewystarczające przystosowanie korzystnego dla rekreacji systemu zieleni - w sąsiedztwie użytków ekologicznych należy dążyć do koncentracji osób wypoczywających (zagospodarowanie wybranych ciągów spacerowych, nowe trasy i szlaki)

b) dewastacja terenów rekreacyjnych z powodu zmiany funkcji z rekreacyjnej np. na handlową

c) zatracania na obszarach starej zabudowy fragmentów zieleni (zieleńce, podwórza) charakteru rekreacyjnego

d) dolina Warty w samym mieście jest nieatrakcyjna dla rekreacji, nie funkcjonuje wspólnie z organizmem miejskim i wymaga szczególnych działań rewaloryzacyjnych.

Wśród obszarów o ukształtowanej funkcji wypoczynkowej i rekreacyjnej w mieście do najistotniejszych zaliczyć należy[13]:

Dolina Warty. Rozwój i kształtowanie funkcji rekreacyjnej w dolinie Warty był i jest bardzo odmienny w jej częściach położonych na północ i na południe od centrum miasta. Północny odcinek doliny Warty (klin północny) jest obszarem bardzo konfliktowym, stanowiącym mozaikę terenów przemysłowych i zielonych (łąki, uprawy, łęgi zalewane). Część tego fragmentu doliny uznana jest jako użytek ekologiczny (powierzchnia 108 ha), mający znaczenie dla ochrony bioróżnorodności flory i fauny miasta. Zagospodarowany może być także dla potrzeb rekreacji (trasy spacerowe, szlaki rowerowe, ścieżki dydaktyczne).

Południowe fragmenty doliny Warty dla potrzeb rekreacji wykorzystywane są od połowy XIX wieku. Obecnie szczególne znaczenie dla rozwoju rekreacji ma kompleks leśny Dębina, chroniony jako użytek ekologiczny, będący pozostałością

---

[12] Zapis ustaleń z zakresu ochrony środowiska przyrodniczego i przyrodniczo-kulturowego w Miejscowym Planie Zagospodarowania Przestrzennego miasta Poznania. Miejska Pracownia Urbanistyczna, 1994.

[13] B.Hoffman, M.Kałwiński, M.Lisiecka, I.Ludwiczak, E.Raczkowska: *Zieleń* [w] *Środowisko naturalne* ... pot.cit., s. 123-140.

naturalnego ekosystemu leśnego charakterystycznego dla niższych teras dolin rzecznych. Obecnie kompleks ten ma charakter parku leśnego z drogami spacerowymi i układem wodnym.

Rzeka Warta, mimo znacznego zanieczyszczenia ściekami komunalnymi i przemysłowymi, nadal traktowana jest jako obiekt sportowy dla kajakarzy i wioślarzy, rekreacyjny szlak wodny (rejsy spacerowe statku „Joanna") oraz szlak kajakowy (głównie odcinek Śrem-Oborniki). Na południe od parkowej części Dębiny dolina Warty wyłączona jest z użytkowania, ze względu na lokalizację infiltracyjnego ujęcia wody dla miasta.

Miasto poprzez dolinę Warty łączy się z terenami Wielkopolskiego Parku Narodowego i Rogalińskiego Parku Krajobrazowego, Obszarem Chronionego Krajobrazu w gminie Kórnik (rynna jezior zaniemysko-kórnickich) oraz kompleksami lasów wzdłuż doliny Kopli (zespół przyrodniczo-krajobrazowy „Głuszynka"). Istnieją na tym terenie potencjalne możliwości wytyczenia ciągów długich tras spacerowych, rowerowych i różnego typu szlaków turystycznych.

Dolina Bogdanki. Klin zachodni jest wyjątkowo korzystnym obszarem dla uprawiania aktywnych form wypoczynku. Wynika to z dobrych warunków fizjograficznych oraz lokalizacji dobrze wykonanych i w większości także utrzymanych (poza pływalnią przy ul. Niestachowskiej) obiektów sportowo-rekreacyjnych. Dolina Bogdanki przecina obszar sandrowy porośnięty na znacznej powierzchni drzewostanem głównie sosnowym. Krajobrazowe i rekreacyjne walory tej doliny zostały znacznie wzbogacone [przez sztuczne zbiorniki wodne (Rusałka, staw w Parku Sołackim)] oraz naturalne jeziora (Strzeszyńskie, Kierskie). Nad zbiornikami tymi zlokalizowane są różnego typu urządzenia rekreacyjne; szczególnie intensywnie zagospodarowane jest wybrzeże Jezioro Kierskiego (liczne przystanie klubów sportowych, ośrodki wypoczynkowe, prywatne działki rekreacyjne, indywidualne domy mieszkalne). Powoduje to znaczne ograniczenie dostępności tego jeziora dla mieszkańców Poznania oraz jego znaczne zanieczyszczenie. Przydatność doliny Bogdanki do rekreacji zwiększa bardzo rozwinięty i różnorodny układ zieleni. Konfliktem przestrzennym jest przecięcie klina trasą komunikacyjną szybkiego ruchu (ul. Niestachowska).

Dolina Cybiny. Atrakcyjny kompleks przyrodniczy bardzo przydatny do rekreacji tworzy dolina Cybiny ze zbiornikiem zaporowym Jezioro Maltańskie (klin wschodni) oraz tereny położone na północ od ul. Warszawskiej wraz z cmentarzem na Miłostowie i przylegającymi do niego lasami, ciągnącymi się w zwartym kompleksie w kierunku wschodnim po Zieliniec. Lasy te łączą się z rozległymi terenami lasów podmiejskich i dalej z Parkiem Krajobrazowym Promno. Teren ten charakteryzuje się urozmaiconą rzeźbą terenu, gdzie dominują płaszczyzny wysoczyzny morenowej przeciętej doliną Cybiny i jej dopływów. W dolinie znajdują się jeden z największych w mieście użytków ekologicznych (Olszak I i II o powierzchni 200 ha).

Dla potrzeb rekreacji szczególnie atrakcyjne są tereny wokół Jeziora Maltańskiego, tereny Białej Góry, gdzie zlokalizowany jest Wielkopolski Park Zoologiczny oraz tereny wokół położonych dalej na wschód w górę rzeki Cybiny odtworzonych stawów (Olszak, Browarny, Młyński, Antoninek). Różnorodność siedlisk roślinnych związana jest z występowaniem urozmaiconej rzeźby terenu, terenów leśnych, łąk, mokradeł, stawów i wydm. W lasach przeważają siedliska borowe. Na terenie tym zaprojektowano i wykonano szereg ścieżek spacerowych i tras

rowerowych (np. trasa rowerowa o długości 30 km biegnąca od Jeziora Maltańskiego do Pobiedzisk).

Atrakcyjność terenu zwiększa występowanie źródeł wód geotermalnych (solanki chlorowo-sodowo-bromowo-borowe o tem. 42° C), mogące być wykorzystywane dla celów rekreacyjnych i leczniczych. Między ul. Warszawską a ul. Gnieźnieńską ciągnie się zwarty pas zieleni - obejmujący m.in. ogródki działkowe i cmentarz na Miłostowie oraz Fort III chroniony obecnie jako użytek ekologiczny - o charakterze parkowym ciągnący się do granic miasta i dochodzący na terenie gminy Swarzędz do zielonych terenów Aeroklubu Poznańskiego w Ligowcu oraz Jeziora Swarzędzkiego.

Lasek Marceliński i tereny w dolinie Strumienia Junikowskiego. Duży i zwarty obszar zieleni położony między ulicami Bukowską i Grunwaldzką przecięty jest doliną Strumienia Junikowskiego (użytek ekologiczny). Położony na wschód od strumienia Junikowskiego Lasek Marceliński jest terenem ogólnie dostępnym, intensywnie wykorzystywanym rekreacyjnie, zwłaszcza przez mieszkańców pobliskich osiedli. Konfliktowa dla tego wykorzystania jest lokalizacja na kolektorze punktu zlewnego ścieków, powszechne zaśmiecenie terenu oraz ruch pojazdów.

Tereny na zachód od doliny Strumienia Junikowskiego, to głównie znaczne obszary ogrodów działkowych, cmentarz komunalny Junikowo oraz przyległe do cmentarza lasy, w bardzo niewielkim stopniu wykorzystywane rekreacyjnie. Dolina Strumienia Junikowskiego w jego dolnym biegu (północno - wschodni fragment doliny) traci swoje wysokie walory krajobrazowe, głównie ze względu na znaczną chaotyczną zabudowę przemysłowo-mieszkaniową. Między Kopaniną a Świerczewem występują liczne glinianki oraz różnorodne siedliska zajęte przez szuwary trzcinowe, zarośla, trawiaste murawy. Teren nie jest w ogóle zagospodarowany, natomiast bardzo mocno zaśmiecony. W dolinie strumienia w Luboniu przy ul. Żabikowskiej zlokalizowane jest także składowisko odpadów dla Lubonia, pierwotnie przemysłowych, obecnie głównie komunalnych.

Rezerwaty „Meteoryt Morasko" i „Żurawiniec". Rezerwat „Morasko"[14] utworzony został dla ochrony fragmentu lasu dębowo-grabowego na morenie wraz z niewielkimi drobnymi zbiornikami wodnymi,. Na terenie tym odnaleziono odłamki meteorytu. Ze względu na swoje wartości przyrodnicze rezerwat może być użytkowany tylko pod określonymi warunkami. Użytkowanie to winno być ograniczone tylko do form turystyki pieszej, głównie wycieczek tematycznych, lub spacerów po terenach otuliny lub wzdłuż wytyczonego szlaku przez Górę Morasko.

Chroniony w rezerwacie „Żurawiniec"[15] ekosystem torfowiskowy został bardzo silnie zmieniony w wyniku znacznego odwodnienia terenów otaczających rezerwat (budowa osiedli mieszkaniowych, wykopy pod ciepłociągi, budowa obiektu rekreacyjnego przy granicy rezerwatu). Tereny te wykorzystywane są obecnie jako miejsce spacerów dla mieszkańców osiedli Piątkowa.

---

[14] Zarządzenie Ministra Leśnictwa i Przemysłu Drzewnego z dnia 24 maja 1976 r. w sprawie uznania za rezerwat przyrody. M.P. z 1976 r., Nr 24, poz. 108.

[15] Zarządzenie Ministra Leśnictwa i Przemysłu Drzewnego z dnia 20 października 1959 r. w sprawie uznania za rezerwat przyrody. M.P. z 1959 r. Nr 93, poz. 497.

Tabela nr 1

Ocena stopnia atrakcyjności terenów przyrodniczych położonych w granicach systemu rekreacyjnego miasta Poznania

System rekreacyjny	Urządzenie i odwiedzanie systemu	Przyczyny decydujące o:	
		atrakcyjności	braku atrakcyjności
Dolina Warty	nie urządzony, niechętnie odwiedzany	występowanie: a) terenów zielonych b) krajobrazów wyzwalających odczucie spokoju wizualnego i ciszy (np. odcinek doliny od Cytadeli do Naramowic) c) licznych punktów widokowych na otwarte przestrzenie możliwość kontemplacji krajobrazów (Ostrów Tumski)	występowanie: a) licznych miejsc o obniżonych walorach estetycznych (zaśmiecenie, liczne wysypiska śmieci, fetor, brak spokoju wizualnego, krajobraz obciążony infrastrukturą, bliskie sąsiedztwo budownictwa przemysłowego i mieszkaniowego) b) krajobrazów wywołujące smutek, przygnębienie, uczucie szarości (Dębina, okolice Garbar, prawobrzeżna Warta)
Jezioro Maltańskie	urządzony, chętnie ale sporadycznie uczęszczany	występowanie: a) krajobrazów dających poczucie przestrzeni, anonimowości, spokoju wizualnego i komfortu akustycznego b) terenów urządzonych umożliwiających realizację alternatywnych form rekreacji (możliwość plażowania, kąpieli, biegania, uprawiania narciarstwa itp.)	występowanie: a) terenów zaśmieconych b) negatywnego oddziaływania ciągle występujących silnych wiatrów c) zbyt dużej liczby ludzi w sezonie letnim d) odczuwalnego ujemnego wpływu miasta (przenikanie hałasu z głównych układów komunikacyjnych, przenikanie zanieczyszczonego powietrza e) zbyt małej powierzchni zieleni w strefie brzegowej jeziora
Potok Bogdanka	urządzony, masowo uczęszczany	występowanie: a) terenów zielonych, spokoju b) kontrastowych krajobrazów c) korzystnego sąsiedztwa woda-las	występowanie: a) zbyt dużego ruchu pojazdów i ludzi b) zmniejszonego stopnia bezpieczeństwa życia c) ponadnormatywnego hałasu – obniżony komfort akustyczny d) tłoku na plażach i w strefach zielonych – brak komfortu przestrzeni – zbyt małe wnętrza krajobrazowe

Źródło: D.Sołowiej: *Ocena atrakcyjności terenów przywodnych aglomeracji poznańskiej dla rekreacji w opinii jej mieszkańców* [w] A. Kaniecki, J. Rotnicka (red.), *Wody powierzchniowe Poznania. Problemy wodne obszarów miejskich.* Wydawnictwo SOR US, Poznań 1995, str. 488-494.

Tabela nr 2

Wybrane ustalenia dotyczące zasad zagospodarowania dolin cieków (klinów zieleni)

Dolina cieku	Ustalenia
Dolina Warty	▪ zachowanie dziecińca przy ul. H. Jordana ▪ zachowanie śladu dawnych miejskich łaźni rzecznych ▪ zachowanie śladu dawnej Promenady Piastowskiej ▪ kontynuacja realizacji Parku nad Wartą (miedzy mostami Królowej Jadwigi a Hetmańskim) ▪ zachowanie i uzupełnienie pasma zieleni towarzyszącej zakładom przemysłowym przy ul. Starołęckiej ▪ uzupełnienie zagospodarowania funkcjami nieszkodliwymi i nieuciążliwymi dla środowiska przyrodniczego, ale podnoszącymi m.in. walory rekreacyjne klina zieleni ▪ zachowanie pasa po obu stronach rzeki Głównej (ok. 100 m od każdego brzegu), łączącego się z zielenią parków przy ul. Mariackiej i ul. Nadolnik ▪ zachowanie śladu przebiegu starego koryta Warty (zieleń, wypełnienie wodą)
Dolina Bogdanki i Jezioro Kierskie	▪ zachowanie i rewaloryzacja Parku Sołackiego ▪ zachowanie Parku Wodziczki ▪ zachowanie dotychczas nie uszczelnionych fragmentów dna doliny Bogdanki ▪ uzupełnienie zagospodarowania funkcjami nieszkodliwymi i nieuciążliwymi dla środowiska przyrodniczego, ale podnoszącymi m.in. walory rekreacyjne klina zieleni ▪ objęcie ochroną konserwatorską i rewaloryzacja parków i ogrodów (Ogród Dendrologiczny Akademii Rolniczej, Ogród w Psarskiem, Park w Strzeszynie) ▪ tworzenie ciągłego powierzchniowo systemu lasów ▪ zachowanie i wzbogacenie zieleni Fortu VIa
Dolina Głównej	▪ zachowanie parku zabytkowego przy ul. Mariackiej ▪ objęcie ochroną konserwatorską i rewaloryzacja parku przy ul. Nadolnik nad rzeką Główną ▪ nie wprowadzanie zabudowy w dolinie miedzy ulicami Bałtycką, Gdyńską i Gnieźnieńską ▪ zachowanie dotychczasowego sposobu użytkowania terenów, że szczególnym uwzględnieniem bezodpływowego zbiornika Staw Kajka ▪ tworzenie ciągłego powierzchniowo systemu lasów ▪ zachowanie i wzbogacanie zieleni Fortu IIIa ▪ wzbogacanie zieleni cmentarza na Miłostowie
Dolina Cybiny	▪ zachowanie Parku Tysiąclecia ▪ zachowanie parku w Kobylepolu ▪ uzupełnienie zagospodarowania funkcjami nieszkodliwymi i nieuciążliwymi dla środowiska przyrodniczego, ale podnoszącymi m.in. walory rekreacyjne klina zieleni ▪ tworzenie ciągłego powierzchniowo systemu lasów

	▪ zachowanie Wielkopolskiego Parku Zoologicznego (nowe ZOO) ▪ podkreślenie zielenią śladu dawnego cmentarza w rejonie Białej Góry ▪ podkreślenie zielenią śladów dawnych młynów na Cybinie (Olszak Młyn, miejsce przy Młyńskim Stawie) ▪ podkreślenie zielenią starego browaru w Kobylepolu ▪ podkreślenie zielenią starej cegielni w rejonie Młyńskiego Stawu ▪ przeznaczenie doliny rzeki Szklarki pod zieleń o funkcjach przyrodniczych i rekreacyjnych
Dolina Strumienia Junikowskiego	▪ zachowanie parku zabytkowego na Wykopach-Rudnicze ▪ przeznaczenie pod zieleń urządzoną terenu wzdłuż południowej granicy miasta (z włączeniem parku zabytkowego i starej cegielni) ▪ przeznaczenie pod zieleń urządzoną terenu wzdłuż ul. Kopanina w rejonie parku zabytkowego na Wykopach ▪ zachowanie ogrodów działkowych przy ul. Leszczyńskiej oraz na Świerczewie ▪ zachowanie dotychczasowego sposobu użytkowania (łąki, ogrody, tereny rolne) wzdłuż strumienia Kotówka (uzupełnienie zadrzewień przywodnych) ▪ zachowanie dotychczasowego sposobu użytkowania wzdłuż strumienia Plewianka miedzy ul. Trzebińską i Wołczyńską, Fabianowo i granicą obszarów przemysłowych (uzupełnienie zadrzewień przywodnych) ▪ połączenie zielenią o różnych funkcjach klina zieleni z doliną strumienia Górczynka i doliną Warty ▪ zachowanie doliny Krzyżanki jako łącznika między klinami zieleni ▪ przeznaczenie pod zieleń urządzoną z obiektami towarzyszącymi (usługi nieuciążliwe i nieszkodliwe dla środowiska) obszarów przy zakładach przemysłowych w rejonie ul. Wieruszowskiej, z włączeniem doliny Strumienia Junikowskiego między ul. Wieruszowską a Ziębicką i Kamienicką ▪ zachowanie dotychczasowego sposobu użytkowania terenów w dolinie Strumienia Junikowskiego w bezpośrednim sąsiedztwie użytku ekologicznego oraz między ulicami Perzycką, Bukowską i ogrodami działkowymi (uzupełnienie zieleni wysokiej i średniej wzdłuż strumienia) ▪ zachowanie dotychczasowego sposobu użytkowania terenów wzdłuż strumieni Ceglanka i Ławica (uzupełnienie zieleni wysokiej i średniej wzdłuż strumienia) ▪ zachowanie jako obszaru niezabudowanego dna doliny strumienia Skórzynka (uzupełnienie zieleni wysokiej i średniej wzdłuż strumienia) ▪ zachowanie i rewaloryzacja parku zabytkowego na Marcelinie ▪ tworzenie ciągłego powierzchniowo systemu lasu w Lasku Marcelińskim ▪ na północ od ul. Bukowskiej ku klinowi doliny Bogdanki zachowanie lub kreowanie funkcji współtowarzyszących dla nowych terenów zieleni (m.in. dolina Krzyżanki)
Dolina Strumienia Michałówka	▪ zachowanie i odtworzenie wszystkich istniejących cieków i stojących wód otwartych i ich roślinną obudowę, zachowanie wszystkich łąk ▪ wykluczenie lokalizacji nowych obiektów lub podejmowanie działań mogących spowodować istotne dla przyrodniczej funkcji terenu obniżenie poziomu zwierciadła wód podziemnych ▪ zachowanie bez zmian użytkowania istniejących obszarów o funkcji wodochronnej

	▪ dla osiedli Darzybór, Huby, Krzesinki, Krzesiny, Michałowo, Pokrzywno, Spławie, Szczepankowo w granicach zlewni chronionej dopuszcza się zabudowę nowych terenów pod warunkiem wyprzedzającego, w stosunku do realizacji nowych obiektów, uzbrojenia osiedla w sieć kanalizacyjną ▪ nie lokalizowanie obiektów lub urządzeń mogących pogorszyć tło zanieczyszczeń pyłami (<100 ton/km^2 rok)
▪ **Dolina Kopli (Głuszynki)**	▪ nie wprowadzanie funkcji zmieniających dotychczasowe elementy rzeźby terenu ▪ wykluczenie lokalizacji obiektów i urządzeń mogących spowodować obniżenie poziomu zwierciadła wód podziemnych doliny rzeki Kopla ▪ zachowanie w dolinie obszarów wodochronnych ▪ zakaz odprowadzania ścieków (nie oczyszczonych i oczyszczonych) do wód cieków - dla osiedli Głuszyna i Piotrowo dopuszcza się zabudowę nowych terenów pod warunkiem wyprzedającego, w stosunku w realizacji nowych obiektów, uzbrojenia terenu w sieć kanalizacyjną ▪ utworzenie zbiornika retencyjnego na rzece Kopla ▪ dopuszczenie eksploatacji torfów tylko na terenie związanym z ewentualną budową zbiornika ▪ nie lokalizowanie obiektów lub urządzeń mogących pogorszyć tło zanieczyszczeń pyłami (<100 ton/km^2 rok) ▪ objęcie ochroną prawą parku podworskiego w Głuszynie ▪ objęcie ochroną prawną starodrzewu w parku podworskim w Piotrowie

Źródło: Zapis ustaleń z zakresu ochrony środowiska przyrodniczego i przyrodniczo-kulturowego w Miejscowym Planie Ogólnym Zagospodarowania Przestrzennego miasta Poznania. Miejska Pracownia Urbanistyczna, 1994 (Autorzy: I. Ludwiczak z zespołem);
I.Ludwiczak: *Ochrona wód w miejscowym planie ogólnym zagospodarowania przestrzennego miasta Poznania* [w] A. Kaniecki, J. Rotnicka (red.), *Wody powierzchniowe Poznania. Problemy wodne obszarów miejskich.* Wydawnictwo SORUS, Poznań 1995, str. 513-528.

Ustalenia dotyczące zagospodarowania dla potrzeb turystyki i rekreacji zawarte są w Miejscowym Ogólnym Planie Zagospodarowania Przestrzennego m. Poznania[16], który zawiera ustalenia dotyczące szczegółowych form ochrony przyrody: rezerwatów, użytków ekologicznych i zespołów przyrodniczo-krajobrazowych. Uchwały dotyczące utworzenia i ochrony wspomnianych, szczególnie cennych przyrodniczo obszarów zostały podjęte wyprzedzająco w stosunku do terminu zakończenia prac na planem.

Szczególnie wartościowe z punktu widzenia ochrony przestrzeni miasta jest to, że plan ten zawiera także ustalenia dotyczące obszarów zachowanych w stanie naturalnym i mało zmienionym - ekosystemów, które mają istotną wartość ze względów naukowych, przyrodniczych, kulturowych i krajobrazowych. Proponuje utworzenie wokół rezerwatów przyrody otulin (stref ochronnych), zabezpieczających ich obszar przed szkodliwym oddziaływaniem czynników zewnętrznych. Na podstawie materiałów opracowanych wyprzedzająco w stosunku do Planu Rada Miejska Poznania podjęła 10 maja 1994 roku uchwałę w sprawie wzmożenia ochrony istniejących rezerwatów przyrody „Żurawiniec" i „Morasko" oraz parku zabytkowego w Radojewie, poprzez utworzenie rezerwatu wraz z otuliną pod nazwą „Kokoryczowe Wzgórze" (Uchwała nr CV/612/94).

1.2. WALORY KULTUROWE

Na tle kraju Poznań jest niewątpliwie prężnym ośrodkiem kultury. Posiada operę, teatr muzyczny, 3 teatry dramatyczne, teatr lalkowy, filharmonię, Polski Teatr Tańca, rozgłośnię Polskiego Radia, ośrodek telewizyjny, 21 muzeów, stałe salony wystawowe sztuk plastycznych i fotografiki.

Corocznie odbywają się festiwale Muzyki Współczesnej "Poznańska Wiosna Muzyczna", Maltański Festiwal Teatralny, co 5 lat Międzynarodowe Konkursy Skrzypcowe im. Henryka Wieniawskiego: kompozytorskie, wirtuozowskie i lutnicze, co dwa lata odbywają się międzynarodowe biennale sztuki dla dziecka. Co roku w czerwcu na Starym Rynku odbywa się Jarmark Świętojański, impreza handlowo - kulturalna nawiązująca do średniowiecznych tradycji handlowych miasta.

Powszechnie uważa się Poznań za muzyczną stolicę Polski[17]. To właśnie w Poznaniu koncertowali Niccolo Paganini, Franz Liszt, Fryderyk Chopin i Artur Rubinstein. Miasto poszczycić się może jedną z najlepszych sal koncertowych w Europie.

Od połowy XIX w. miasto kultywuje znakomite tradycje chóralne. Aktualnie w Poznaniu działa 14 chórów, w tym słynne chóry chłopięce: Chór Chłopięcy i Męski Państwowej Filharmonii w Poznaniu "Poznańskie Słowiki" pod dyrekcją prof. Stefana Stuligrosza, które są znane nie tylko melomanom, Poznański Chór Chłopięcy "Polskie Słowiki" założony przez Jerzego Kurczewskiego, prowadzony obecnie przez Wojciecha A. Kroloppa oraz Chór Katedralny pod dyrekcją ks. Zdzisława Bernata.

---

[16] W 1999 roku Plan Ogólny Zagospodarowania Przestrzennego m.Poznania stracił ważność. Zastąpiło go Studium Uwarunkowań i Kierunków Zagospodarowania Przestrzennego, na podstawie którego opracowywane będą plany miejscowe.

[17] Z.Szymanowski, M.Tomczyszyn: *Poznań, Przewodnik*, Pascal Poznań 1999.

Tabela nr 3

Chóry w mieście Poznaniu

Lp.	Nazwa	Repertuar, charakterystyka działalności
1.	Chór Akademii Medycznej w Poznaniu	utwory a capella, utwory wokalno - instrumentalne od muzyki dawnej do współczesnej, koncerty, udział w konkursach i festiwalach chóralnych, nagrania dla radia i TV
2.	Chór Chłopięcy i Męski Filharmonii Poznańskiej im. Tadeusza Szeligowskiego „Poznańskie Słowiki"	utwory kompozytorów polskich i obcych, muzyka renesansowa a capella, muzyka barokowa, koncerty w kraju i za granicą, udział w festiwalach i nagrania
3.	Chór Dziecięcy Akord	klasyczna chóralna muzyka religijna i świecka, piosenki dla dzieci, koncerty, nagrania dla radia i TV, udział w konkursach i festiwalach chóralnych
4.	Chór Dziewczęcy Skowronki	utwory muzyki polskiej i obcej (klasyka światowa), koncerty w kraju i za granicą, udział w konkursach
5.	Chór Kameralny Capella Musicae Antiguae Orientalis	muzyka cerkiewna mistrzów rosyjskich i ukraińskich (XVIII - XX w.), koncerty w kraju i za granicą, udział w konkursach i festiwalach chóralnych, nagrania dla radia i TV
6.	Chór Kameralny Państwowej Szkoły Muzycznej II Stopnia	utwory a capella od renesansu do współczesności
7.	Chór Męski Arion	monograficzne koncerty poświęcone artystom: S. Moniuszce, F. Nowowiejskiemu, W. Lachmanowi, cykle koncertowe (Musica Sacra, Poznańskie Spotkania Chóralne, Biesiady Chóralne, Wielkopolskie Dni Muzyki w Dusznikach, Muzyka i Poezja Gór
8.	Chór Męski Echo Wielkopolskiej Korporacji Technicznej NOT	propagowanie polskiej pieśni w kraju i za granicą, cykle koncertowe
9.	Collegium Poznaniense	duże formy muzyczne, muzyka chóralna barokowa, renesansowa, współczesna, koncerty a capella w kraju i za granicą, udział w konkursach i festiwalach, nagrania
10.	Poznański Chór Chłopięcy Polskie Słowiki	m.in. wielkie formy oratoryjno - instrumentalne, koncerty w kraju i za granicą, udział w festiwalach, konkursach, spektaklach operowych, nagrania dla radia i TV, pomysłodawca i organizator Światowego Festiwalu Chórów Chłopięcych
11.	Poznański Chór Kameralny Fermata	muzyka dawna, romantyczna, cerkiewna, współczesna, a'capella, koncerty (w tym koncerty promenadowe), udział w imprezach okolicznościowych, nagrania, współpraca w ramach Polsko - Niemieckiej Akademii Chóralnej In Terra Pax
12.	Poznański Chór Katedralny	śpiew w czasie głównych nabożeństw katedralnych, koncerty w kraju i za granicą, udział w festiwalach, nagrania dla radia i TV, współorganizator i uczestnik cyklu koncertowego Musica Sacra
13.	Sontanes Chór Żeński Akademii	uczestnictwo w życiu muzycznym środowiska

	Ekonomicznej w Poznaniu	akademickiego, w przeglądach, festiwalach i konkursach studenckich, praktyki studenckie dla Wydziału Wychowania Muzycznego Akademii Muzycznej w Poznaniu
14.	Wielkopolski Związek Chórów i Orkiestr Macierz w Poznaniu, Oddział Polskiego Związku Chórów i Orkiestr	zrzeszenie orkiestr i chórów, zajmuje się organizacją imprez cyklicznych, propaguje kulturę polską

Źródło: opracowanie na podstawie Miejskiego Informatora Multimedialnego

W Poznaniu odbywa się najstarszy na świecie konkurs skrzypcowy – Międzynarodowy Konkurs Skrzypcowy im. Henryka Wieniawskiego, którego laureatami byli m.in. Ginette Neveu, Dáwid i Igor Ojstrachowie, Charles Treger i Sidney Harth. Konkurs odbywa się co 5 lat, ostatni odbył się w październiku 1996 r.
Tutaj ma również swoją siedzibę znana na świecie Orkiestra Kameralna Polskiego Radia "Amadeus" pod dyrekcją Agnieszki Duczmal.
Muzeum Instrumentów Muzycznych - jedyne w Polsce, drugie co do wielkości w Europie, organizuje koncerty muzyki dawnej gromadzące zwolenników wykonywania tejże muzyki na oryginalnych instrumentach zgodnie z dawną praktyką, oraz muzyki etnicznej, która zdobywa coraz większą popularność na świecie.
Rangę muzyczną miasta podnoszą: Państwowa Filharmonia, Teatr Wielki oraz Towarzystwo Muzyczne Henryka Wieniawskiego.

Tabela nr 4

Towarzystwa muzyczne w Poznaniu

Lp.	Nazwa	Charakterystyka działalności
1.	Pro Sinfonika	młodzieżowy ruch miłośników muzyki, edukacja kulturalna dzieci i młodzieży, szkolne kluby muzyczne
2.	Towarzystwo Muzyczne im. H. Wieniawskiego	organizacja Międzynarodowych Konkursów im. H. Wieniawskiego, koncertów kameralnych i symfonicznych, wpieranie młodych talentów, prowadzenie prac badawczych nad życiem i twórczością H. Wieniawskiego, wspieranie działalności chóru Kameralnego
3.	Towarzystwo Muzyczne Schola Cantorum Posnaniensis	pierwsza w Polsce prywatna szkoła wokalno – aktorska, zespół solistów i kameralistów wokalnych, w repertuarze otwory kantatowo – oratoryjne, chóralne i kameralne, spektakle teatralno-muzyczne, koncerty w kraju i za granicą, udział w festiwalach

Źródło: opracowanie na podstawie Miejskiego Informatora Multimedialnego

Estrady Poznania w ostatnich latach gościły również najwybitniejszych twórców jazzu: m.in. Wyntona Marsalisa, Lestera Bowie, Billa Evansa, Pata Metheny, Dave Brubecka. W Poznaniu śpiewali także Elton John, BB King, Marillion, Boney M, Kelly Family i Modern Talking.

Poznań jest także ważnym centrum życia teatralnego.
Wizytówką miasta jest zwłaszcza Polski Teatr Tańca – Balet Poznański, jedyny polski, profesjonalny, samodzielny zespół baletowy, powstały w 1973 r. z inicjatywy Conrada

Drzewieckiego, od 1988 r. prowadzony przez Ewę Wycichowską. W sumie działa w Poznaniu 12 teatrów (tradycyjnych i alternatywnych). Wśród nich:

1. Ośrodek Teatralny Maski,
2. Polski Teatr Tańca Balet Poznański,
3. Scena Na Piętrze,
4. Stowarzyszenie Teatr Strefa Ciszy,
5. Stowarzyszenie Teatralne Teatr Biuro Podróży,
6. Teatr Animacji Centrum Kultury Zamek,
7. Teatr Muzyczny,
8. Teatr Nowy, (posiadający drugą scenę - Scena Nowa),
9. Teatr Obok,
10. Teatr Ósmego Dnia,
11. Teatr Polski, (posiadający oddział: Teatr Polski, Malarnia),
12. Teatr Wielki im. Stanisława Moniuszki.

Ponadto od 1990 r., corocznie na przełomie czerwca i lipca odbywa się w Poznaniu Międzynarodowy Maltański Festiwal Teatralny, cieszący się wśród miłośników teatru dużą popularnością i przyciągający do miasta licznych turystów.
Do walorów kulturowych miasta należy zaliczyć również walory tradycyjnej kultury ludowej. Elementy folkloru wielkopolskiego wykorzystywane są masowo przez liczne działające w mieście zespoły folklorystyczne, które prezentuje tabela nr 5.

Tabela nr 5

Zespoły folklorystyczne w Poznaniu

Lp.	NAZWA	CHARAKTERYSTYKA DZIAŁALNOŚCI
1.	Dziecięcy Zespół Folklorystyczny Cepelia Poznań	organizacja koncertów i festiwali piosenki dziecięcej, szerzenie kultury ludowej (cykliczne audycje muzyczne), udział w konkursach i festiwalach, współpraca z Polskim Centrum Origami
2.	Kapela Dudziarzy Wielkopolskich	koncerty na imprezach lokalnych i regionalnych, szerzenie tradycji folklorystycznych Wielkopolski, nauka gry na dudach i skrzypcach podwiązanych
3.	Łany Zespół Pieśni i Tańca Akademii Rolniczej	prezentacja folkloru z wielu regionów kraju, realizacja pełnospektaklowych koncertów (pieśni, tańce, obrzędy), oprawa artystyczna imprez cyklicznych, okolicznościowych, realizacja indywidualnych życzeń klientów
4.	Stowarzyszenie Zespół Pieśni i Tańce Wielkopolska	popularyzacja polskiej sztuki ludowej, prezentowanie folkloru polskiego, występy w kraju i za granicą, podtrzymywanie tradycji regionu
5.	Zespół Folklorystyczny Cepelia Poznań Estrada Poznańska	szerzenie tradycji muzyczno - wokalnych Wielkopolski, prezentacja folkloru (tańce, przyśpiewki), koncerty w kraju i za granicą, nagrania dla radia i TV, udział w konkursach i festiwalach
6.	Zespół i Agencja Artystyczna Combrio	muzyka ludowa, klasyczna, rozrywkowa, tańce (folklorystyczne, klasyczne, nowoczesne) organizacja koncertów, kursów tańca, pokazów tanecznych, prelekcje na temat tańca i muzyki (folklor i klasyka)

7.	Zespół Tańca Ludowego Politechniki Poznańskiej Poligrodzianie	prezentacja autentycznego folkloru opracowanego scenicznie: tańce, przyśpiewki, obrzędy z 12 regionów Polski, udział w konkursach i festiwalach w kraju i za granicą, nagrywanie programów dla radia i TV
8.	Zespół Tańca Ludowego „Poznań" Akademii Wychowania Fizycznego	podtrzymywanie zanikającego folkloru i tradycji ludowych różnych regionów Polski, możliwie wierne odtwarzanie tańców narodowych i tańców ludowych, przyśpiewek, muzyki ludowej, strojów, instrumentów, gwary i brzmienia kapeli, w różnych regionach kraju i za granicą

Źródło: opracowanie na podstawie Miejskiego Informatora Multimedialnego

Wielkopolskę w historycznych granicach zamieszkuje znaczna ilość drobnych ugrupowań etnicznych, u których w dużym stopniu zanikły już odrębności kulturowe. W literaturze przedmiotu wyróżnia się w zasadzie dwie grupy etniczne, zamieszkujące miasto:

1. Poznaniacy - zamieszkujący znaczną część dawnego województwa poznańskiego tj. poza Poznaniem również okolice Szamotuł, Śremu, Środy, Wrześni, Obornik i Gniezna. Tradycyjnie Poznaniacy uważani są przez mieszkańców innych miast za ludzi oszczędnych żeby nie powiedzieć skąpych, lubiących porządek i szanujących władzę. Krążą o nich po Polsce liczne dowcipy, podobnie jak w świecie o Szkotach. Do dziś żywa jest gwara poznańska pielęgnowana zwłaszcza poprzez organizację co roku w kwietniu Amatorskiego Konkursu Gwary Poznańskiej "Godejcie po naszemu". Osobliwością kulinarną związaną z tą grupą są pyzy - gotowane na parze kluski drożdżowe, które podaje się do mięs lub drobiu oraz golonka - peklowana noga wieprzowa, podawana z chrzanem, kiszoną kapustą i puree z grochu lub z ziemniaków.
2. Bambrzy - Niemcy osiedleni w XVIII w., którzy zajmowali wsie podpoznańskie, dziś znajdujące się w granicach administracyjnych miasta - wytworzyli specyficzną i interesującą kulturę. Co roku w sierpniu w Poznaniu odbywa się Święto Bamberskie.

WAŻNIEJSZE KULTURALNE IMPREZY CYKLICZNE

Styczeń

- World Press Foto – wystawa gromadząca najlepsze na świecie zdjęcia reporterskie połączona z cyklem spektakli, filmów i prezentacji odnoszących się do polskich realiów "niezgoda na agresję"
- Koncerty kolędowe w wykonaniu najznakomitszych chórów przybliżające polską i obcą bożonarodzeniową tradycję muzyczną

Luty

- Rockowe Walentynki
- Kiermasz Kaziukowy
- Recital Chopinowski

Marzec

- Poznań Jazz & Festival
- Ogólnopolski Konkurs Dyrygentów Chóralnych

Kwiecień

- Dni Ułana

- Międzynarodowy Festiwal Filmów dla Dzieci "Ale kino"
- Amatorski Konkurs Gwary Poznańskiej "Godejcie po naszemu"
- Dni Kultury Francuskiej
- Konkurs Interpretacji Piosenki Francuskiej im. Edit Piaf w Teatrze Muzycznym
- Poznańska Wiosna Muzyczna

Maj

- Międzynarodowy Festiwal Plakatu
- Zaczarowany Świat Harmonijki

Czerwiec

- Międzynarodowy Festiwal Teatralny "Malta"
- Jarmark Świętojański
- Jarmark Święto Miasta
- Festiwal Celtycki
- Noc Świętojańska
- Biennale Sztuki dla Dziecka
- Międzynarodowy Festiwal Chórów Chłopięcych
- Międzynarodowy Festiwal Dixilandowy

Lipiec

- liczne koncerty na Dziedzińcu CK Zamek, w muszlach koncertowych w Parku Wilsona, w Parku Sołackim i nad Maltą

Sierpień

- Święto Bamberskie
- Warsztaty Tańca Współczesnego

Wrzesień

- Międzynarodowy Rajd Pojazdów Zabytkowych
- Poznański Tydzień Mody

Październik

- Międzynarodowy Dzień Muzyki
- Dni Muzyki i Teatru
- Światowy Dzień Uchodźcy
- Replika Festiwalu Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni
- Tradycyjny Koncert Chopinowski

Listopad

- Dni św. Huberta
- Międzynarodowe Konkursy Skrzypcowe im. Henryka Wieniawskiego
- Zaduszki filmowe
- Zaduszki poetyckie
- Imieniny ulicy – Dni Świętomarcińskie
- Międzynarodowa Wystawa Psów Rasowych
- Międzynarodowy Listopad Poetycki
- Dni Bretanii

Grudzień

- Miedzynarodowy Festiwal Filmowy "Off Cinema"

Zabytki architektury

Liczne w Poznaniu zabytki budownictwa świeckiego i sakralnego reprezentują wszystkie style i epoki historyczne - od wczesnośredniowiecznych do secesji i modernizmu. Wśród nich do najcenniejszych należą:

1. **Bazylika Archikatedralna Poznańska św. św. Apostołów Piotra i Pawła**, zwana katedrą - jeden z najwspanialszych zabytków Poznania i Polski - najstarsza świątynia chrześcijańska w Polsce i pierwszy polski kościół katedralny, miejsce pochówku pierwszych władców Polski - Mieszka I i Bolesława Chrobrego. Obecna gotycka sylwetka jest efektem rekonstrukcji po zniszczeniach II wojny światowej. Mieści w sobie wiele arcydzieł rzeźby i malarstwa przeniesionych tutaj z innych kościołów. Na uwagę zasługuje zwłaszcza Złota Kaplica w stylu bizantyjskim wzniesiona jako mauzoleum pierwszych władców.
2. **Stary Rynek - unikatowy w Europie środkowo - wschodniej zespół renesansowej zabudowy, silnie zrekonstruowany po 1945 r. a wśród niej m.in.:**

- Ratusz - Muzeum Historii Miasta Poznania - perła architektury renesansowej, jeden z jej najlepszych przykładów w Europie poza Włochami. Odbudowany po pożarze miasta przez Jana Quadro z Lugano w latach 1550-60. reprezentacyjna sala Ratusza - Wielka Sień to jedno z najcenniejszych wnętrz renesansowych w Polsce.
- Fontanna Prozerpiny - rokokowa, 1766 roku, wykonana z piaskowca, przedstawia scenę porwania Prozerpiny przez Plutona.
- Pręgierz z 1535 r. przedstawiający kata w postaci rycerza a podniesionym mieczem, pod którym wystawiano na widok publiczny przestępców i wymierzano im karę chłosty. Obecny Pręgierz, który mieści się obok fontanny pochodzi z 1925 i jest wierną kopią oryginału znajdującego się w ratuszu .
- Domki budnicze - zespół domków zlokalizowanych po południowej stronie Ratusza, dwu- i trzypiętrowych o wąskich jedno- i dwuokiennych fasadach z wczesnorenesansowymi podcieniami; dawniej nazywane budami śledziowymi gdyż sprzedawano w nich śledzie, inne ryby, sól, pochodnie i świece.
- Pałac Działyńskich - pod numerem 78 na Starym Rynku zbudowany w l. 1773-76 dla marszałka wielkiego litewskiego Rocha Gurowskiego. W latach 1808-1880 w posiadaniu rodziny Działyńskich. W tym czasie pod zaborem pruskim był ośrodkiem polskiego życia społecznego i kulturalnego, a w l. 1841-46 był nieoficjalnym uniwersytetem poznańskim. Następnie do 1925 znajdował się w posiadaniu Zamoyskich, potem Fundacji Zakłady Kórnickie. W 1945 całkowicie wypalony, odbudowany w latach 1953-57, kiedy to przywrócono mu częściowo dawny układ wnętrz, m.in. zrekonstruowano Salę Czerwoną z bogatym ornamentem stiukowym. Na zewnątrz późnobarokowa elewacja frontowa podzielona pilastrami z korynckimi głowicami.
- Pałac Mielżyńskich - Dawny pałac został w początku XIX w przerobiony na dom czynszowy. Dzisiejszy wygląd zawdzięcza przebudowie po zniszczeniach wojennych, dokonanej w 1957 r. Obecnie mieści Dom Turysty PTTK.
- Waga Miejska - odbudowana od fundamentów w latach 1958-60 na wzór oryginalnego XVI-wiecznego budynku, przebudowanego w stylu renesansowym przez Jana Quadro. Dziś służy jako Pałac Ślubów. Przed budynkiem, po lewej pomnik Bamberki
- budynek dawnych jatek chlebowych - przylegający do Wagi od strony ratusza
- Odwach - klasyczny budynek zbudowano w latach 1783-87 z przeznaczeniem na siedzibę straży miejskiej a potem policji. W latach 1961-89 mieścił Muzeum Ruchu Robotniczego. Obecnie prezentuje się tu ekspozycje czasowe o tematyce kombatanckiej

3. **Kościół Farny św. Marii Magdaleny** - dawny kościół jezuicki, barokowy, jest jednym z najbardziej okazałych obiektów sakralnych w Polsce. Powstał w latach 1651 - 1732 jako część całego kompleksu budynków jezuickich. Imponujące, bogato dekorowane wnętrze posiada wiele ołtarzy, gdzie można odnaleźć cenne obrazy i rzeźby z nieistniejącej już kolegiaty.
4. **Pałac Górków** - zbudowany w latach 1545-49 dla znanej rodziny możnowładców wielkopolskich w stylu renesansowym. Główny wjazd od strony ul. Klasztornej, gdzie przez renesansowy portal można zobaczyć arkadowy dziedziniec. Obecnie mieści Muzeum Archeologiczne.
5. **Kościół oo. Jezuitów** - jest najstarszym zabytkiem lewobrzeżnego Poznania. Istniejące do dziś mury pochodzą z XIII wieku. Zachował się cenny wczesnogotycki portal. Przebudowany w XVIII wieku przez Jana Catenaciego w stylu barokowym. Warta uwagi jest także późnogotycka chrzcielnica z XVI wieku i stalle z początku XVII wieku. Do kościoła przylegają dwa skrzydła klasztoru podominikańskiego z XV wieku.
6. **Kolegium Jezuickie** - obecnie Urząd Miasta Poznania, zbudowane w latach 1701-33 w stylu barokowym wg projektu Jana Catenaciego, trzykondygnacyjne. Po rozbiorach Polski gmach zajęły władze pruskie na urzędy. W 1806 r. przez trzy tygodnie mieszkał w nim Napoleon. W latach 1815-1830 urzędował tu namiestnik Wielkiego Księstwa Poznańskiego Antoni Radziwiłł, w którego salonach w 1829 r. koncertował Fryderyk Chopin. Od 1962 r. jest siedzibą władz miejskich. Mieści m.in. gabinet Prezydenta Miasta oraz reprezentacyjną Salę Białą.
7. **Kościół oo. Bernardynów** - powstał w 1473 r., przebudowany w stylu barokowym w XVIII wieku m.in. przez Jerzego Catenaciego. Po zniszczeniach wojennych niemal całkowicie odrestaurowany, zachował renesansową kaplicę loretańską z 1609 r.
8. **Szkoła Baletowa** - dawna szkoła jezuicka, druga po Akademii Lubrańskiego (1518) wyższa szkoła w Poznaniu (1573).
9. **Kościół oo. Franciszkanów** - powstał na przełomie XVII i XVIII wieku. Wnętrze w stylu barokowym, bogato zdobione. Warte obejrzenia są tu: kolekcja 14 szlacheckich portretów trumiennych, stalle z czarnego dębu (ok. 1700 r.). W murze kościoła od strony ul. Ludgardy widoczne są fragmenty średniowiecznych murów obronnych miasta.
10. **Zamek Przemysława** znajduje się na Górze Przemysława dominującej nad miastem średniowiecznym. Około 1280 roku wzniósł na nim ks. Przemysł II zamek książęcy w stylu gotyckim włączony w cykl obwarowań miejskich. Niewielka początkowo rezydencja książęca została rozbudowana za panowania Władysława Jagiełły. Zniszczony przez pożar w 1536 roku, odbudowany w formach renesansu i ponownie zniszczony podczas oblężenia miasta w 1704 r. ostatecznie popadł w ruinę w 1764 r. Część północną zamku odbudował w 1783 r. Kazimierz Raczyński - ostatni starosta generalny Wielkopolski, natomiast ruiny głównego budynku usunęły władze pruskie, stawiając na gotyckich fundamentach prosty, piętrowy budynek na pomieszczenie dla sądu apelacyjnego. Oba budynki spłonęły w 1945 r. Budynek wzniesiony przez Raczyńskiego został odbudowany do 1964 roku. Obecnie mieści się w nim Muzeum Sztuk Użytkowych. Budynek zachował w przyziemiu i piwnicach sklepienia kolebkowe z lunetami, a w ścianie zachodniej widoczny jest fragment XIII-wiecznego muru obronnego, do którego dobudowano zamek. Po

odgruzowaniu zostały zabezpieczone gotyckie piwnice, a także fragmenty kwadratowej wieży z XII w. Zamek jest obecnie jedynym znaczniejszym zabytkiem Poznania nie odbudowanym po zniszczeniach II wojny światowej.

11. **Biblioteka Raczyńskich** - wzniesiona w latach 1822 - 29 w stylu klasycystycznym. Fronton wzorowany jest na fasadzie paryskiego Luwru. Posiada prawie 1,5 mln woluminów, w tym 1800 starodruków, z których najstarsze pochodzą z XV wieku. Przed biblioteką pomnik Hygei - greckiej bogini zdrowia, o rysach żony fundatora Biblioteki Edwarda Raczyńskiego - Konstancji z Potockich.
12. **Hotel Bazar** - zbudowany w latach 1838-42 z inicjatywy Karola Marcinkowskiego. jest jednym z najstarszych, hoteli w Europie. W XIX wieku był ośrodkiem polskiego życia gospodarczego i społecznego mieszczan, sklepy polskich kupców i rzemieślników. Był tu m.in. sklep maszyn rolniczych H. Cegielskiego.
13. **Kościół św. Marcina** – w czasie działań wojennych doszczętnie zniszczony, w latach 1950-54 został odbudowany w swej gotyckiej formie. W wyposażeniu kościoła znajdują się cenny późnogotycki tryptyk z 1498 r. i rzeźba Madonny z Dzieciątkiem (ok. 1510 r.).
14. **Teatr Polski** - wybudowany ze składek społeczeństwa polskiego w latach 1873-75 nosi nad wejściem napis: "Naród sobie". W czasie zaboru pruskiego krzewił polską kulturę, goszcząc wielu znakomitych aktorów, m.in. Helenę Modrzejewską.
15. **Teatr Wielki** - Opera zbudowana w stylu neoklasycystycznym z widownią na 900 miejsc, otwarta została w 1910 r. Fasadę o 6 potężnych kolumnach jońskich wieńczy trójkątny naczółek z pegazem na szczycie. Polskiej sztuce służy od 1919 r. Od 1949 r. nosi imię Stanisława Moniuszki. Opera poznańska odniosła wiele sukcesów artystycznych za granicą. W 1987 r. odbyła się tu polska prapremiera "Czarnej maski" Krzysztofa Pendereckiego.
16. **Pałac Kultury - Zamek** - potężny, oblicowany granitem, neoromański gmach zbudowany w latach 1905-1910 jako zamek dla cesarza Wilhelma II. Miał być twierdzą niemczyzny i po wieczne czasy głosić, że "niemiecka jest ta ziemia". W latach międzywojennych był zamkiem reprezentacyjnym Prezydenta Rzeczypospolitej. Na jego dziedzińcu znajduje się fontanna wzorowana na słynnej fontannie z lwami z Alhambry w Grenadzie.
17. **Collegium Minus UAM** - budynek wzniesiony w 1910 r. dla pruskiej Akademii Królewskiej,obecnie należy do Uniwersytetu im.A.Mickiewica. Mieści salę koncertową znaną w całym kraju ze wspaniałej akustyki (Aula Uniwersytecka) oraz Rektorat UAM.
18. Pomiędzy Pałacem Kultury a Collegium Minus znajduje się **Plac Mickiewicza** - miejsce wielu patriotycznych manifestacji, na którym stoją dwa pomniki: Adama Mickiewicza z 1960 r. oraz Poznańskiego Czerwca 1956 r. odsłonięty w 1981 w 25 rocznicę pierwszego zrywu antykomunistycznego.
19. **Kościół Św. Jana Jerozolimskiego** - późnoromański, przebudowany i rozbudowany jako późnogotycki, po katedrze najstarszy kościół w Poznaniu, zbudowany na przełomie XII i XIII w. Pierwsza w Wielkopolsce i jedna z pierwszych w kraju budowla wzniesiona z cegły.
20. **Kościół św. Kazimierza i d. Klasztor Reformatów** – koniec XVII wieku
21. **Kościół św. Małgorzaty** – 2 poł. XIV w.
22. **Kościół Wszystkich Świętych**, dawniej ewangelicki – 2 poł. XVIII wieku.

23. **Kościół NP Marii** - gotycki, zbudowany z fundacji kapituły poznańskiej w latach 1431-48.
24. **Psałteria** - późnogotycki dom mieszkalny wzniesiony dla kantorów katedralnych o formach zewnętrznych zachowanych podczas rekonstrukcji w 1947 roku .
25. **Gmach Akademii Lubrańskiego** - zbudowany w 1518 - 30 z fundacji biskupa Jana Lubrańskiego z udziałem króla Zygmunta Starego, wzniesiony z cegły o układzie gotyckim, czteroskrzydłowy, z arkadowym dziedzińcem pośrodku, obecnie mieści się Archiwum Archidjecezjalne.
26. **Kościół Św. Wojciecha** – XV – XVI w., dzwonnica z pocz. XVII w.
27. **Kościół św. Józefa** – 2 poł XVII w oraz Klasztor Karmelitów Bosych.
28. **Kościół Zbawiciela**, dawniej ewangelicki – 2 poł XIX w.
29. **Cytadela** – resztki dawnej twierdzy pruskiej z XIX w., obecnie park miejski.

Atrakcyjne pod względem zabytków architektury są także okolice Poznania, w szczególności zaś: zamki, pałace, dwory szlacheckie, wśród nich m.in:

1. **Zamek w Kórniku** – rezydencja w stylu gotyku romantycznego otoczona średniowieczną fosą z neogotyckim mostem z wnętrzem – muzeum ze zbiorami mebli, obrazów, militariów i pamiątek narodowych, wyrobów z porcelany i srebra.
2. **Pałac w Rogalinie** – okazała rezydencja rodu Raczyńskich w stylu barokowo – klasycystycznym z bogatą ekspozycją mebli, dział sztuki i rzemiosła; obok pałacu w galerii kolekcja obrazów malarstwa europejskiego i polskiego z XIX i XX w., w dawnej wozowni zabytkowe powozy; na wzniesieniu w pobliżu kaplica z poł. XIX w mieszcząca mauzoleum rodziny Raczyńskich.

Muzea[18]**:**

1. Galeria Malarstwa i Rzeźby, Al. Marcinkowskiego 9, z ekspozycjami stałymi: Galeria Sztuki Średniowiecznej - zabytki romańskie i gotyckie od XII do początku XIV wieku, galeria Sztuki Obcej (XIV-XVIII w.), Galeria Sztuki Polskiej (XVII-XX w.), sztuka polska dwudziestolecia międzywojennego i współczesna.
2. Sztuk Użytkowych (Oddział MNP) Góra Przemysława 1. Muzeum mieści się w Zamku Królewskim na Górze Przemysława - przedmioty codziennego użytku, ozdobne i kultowe, od średniowiecza po czasy współczesne, meble tkaniny, wyroby złotnicze i z metali półszlachetnych, zegary, naczynia ceramiczne i szklane, przedmioty z Bliskiego i Dalekiego Wschodu.
3. Historii Miasta Poznania (Oddział MNP) mieszczące się w ratuszu, Stary Rynek 1 - w gotyckich piwnicach i reprezentacyjnych salach I piętra - z Salą Renesansową (tzw. Wielką Sienią) nakrytą słynnym sklepieniem z 1555 r. znajduje się stała ekspozycja poświęcona dziejom Poznania od X w. do r. 1945.
4. Instrumentów Muzycznych (Oddział MNP), Stary Rynek 45 niezwykle bogata kolekcja instrumentów lutniczych, wśród których na uwagę zasługują skrzypce polskich i włoskich lutników. Bogata kolekcja fortepianów, zbiór instrumentów drewnianych i blaszanych, polskie instrumenty ludowe oraz instrumentarium z całego świata.
5. Wielkopolskie Muzeum Wojskowe (Oddział MNP), Stary Rynek 9.
6. Etnograficzne(Oddział MNP), ul. Grobla 25 - sztuka ludowa w Wielkopolsce - rzeźba, malarstwo, stroje, hafty, zdobnictwo (ceramika, żelazo, drewno) oraz rekwizyty obrzędowe i instrumenty muzyczne z XIX i XX wieku.

---

[18] *Poznański Informator Kulturalny, Sportowy i Turystyczny IKS*, Wydawnictwo Miejskie, Poznań 1999.

INSTYTUT TURYSTYKI w Warszawie Biblioteka

7. Akademii Medycznej im. K. Marcinkowskiego w Poznaniu, ul. Sieroca 10.
8. Archeologiczne, pałac Górków, ul. Wodna 27 - Pradzieje Wielkopolski - życie ludzi z Wielkopolsce od epoki kamienia do schyłku starożytności; Śmierć i życie w starożytnym Egipcie - papirusy i pismo hieroglificzne, rozwój sztuki egipskej, zabytki związane z religią i obrządkiem pogrzebowym.
9. Archidiecezjalne przy ul. Ks. Ignacego Posadzego 2 - sztuka sakralna, rzeźba, malarstwo, rzemiosło artystyczne, tkanina.
10. Armii Poznań, Cytadela Mała Śluza - dzieje Armii Poznań - dzieje wojska i wojskowości na terenie Wielkopolski w l. 1918-39, Wielkopolska walcząca 1939-45.
11. Broni Pancernej przy Wyższej Szkole Oficerskiej im. Stefana Czarnieckiego, ul. Wojska Polskiego 84.
12. Literackie im. Henryka Sienkiewicza (Oddział Biblioteki Raczyńskich).
13. Martyrologii Wielkopolan w Forcie VII al. Polska .
14. Motoryzacji Automobilklubu Wielkopolski (pod Rondem Kaponiera).
15. Mieszkanie – Pracownia Kazimiery Iłłakowiczówny (Oddział Biblioteki Raczyńskich), ul. Gajowa 4 m. 8.
16. Pracownia Józefa I.Kraszewskiego (Oddział Biblioteki Raczyńskich), ul.Wroniecka 14.
17. Uzbrojenia – Cytadela Poznańska al. Armii Poznań.
18. Wiedzy o Środowisku Zakładu Badań Środowiska Rolniczego i Leśnego PAN.
19. Wielkopolskie Muzeum Walk Niepodległościowych, Odwach, Stary Rynek 3.
20. Zbiory Sprzętu Ratownictwa Kolejowego, ul. Kolejowa 23.

W Poznaniu działa również 9 ośrodków kultury, niektóre z nich propagują szeroko pojętą kulturę polską, a jednocześnie przybliżają Polakom kulturę innych narodów. Ich charakterystykę przedstawia poniższa tabela nr 6.

Tabela nr 6

Ośrodki kultury w Poznaniu

Lp.	NAZWA	CHARAKTERYSTYKA DZIAŁALNOŚCI
1.	Centrum Afrykańskie	rozpowszechnianie kultury afrykańskiej w Poznaniu, spotkania miłośników Afryki, propagowanie Polski w Afryce, wystawy sztuki afrykańskiej
2.	Dom Bretanii	szerzenie kultury francuskiej, kursy j. francuskiego, filmy w j. francuskim
3.	Dom Polonii Wielkopolski Oddział Stowarzyszenia Wspólnota Polska	współpraca partnerska ze środowiskami polonijnymi, Letnia Szkoła Kultury i Języka Polskiego, obozy wypoczynkowe dla dzieci z nauką j. polskiego, pomoc charytatywna da Polaków (gł. w Rosji i Rumunii), upowszechnianie wiedzy o Polonii
4.	Klub Inteligencji Katolickiej	Sekcja Misyjna, Sekcja Pomocy Społecznej, Związek Harcerzy Rzeczypospolitej, Chór Klubu Inteligenckiego, Rodzina Katyńska, Sekcja Rodzinna, coroczna organizacja Wigilii i śniadania wielkanocnego dla bezdomnych
5.	Nasz Klub	spotkania kulturalne (literackie i muzyczne), spotkania operowe, spotkania baletowe (projekcja oper i baletu na video, dyskusje), restauracja, kawiarnia, organizacja imprez okolicznościowych

6.	Ogólnopolski Ośrodek Sztuki dla Dzieci i Młodzieży	inspirowanie, popularyzacja i wspieranie profesjonalnej twórczości dla dzieci i młodzieży, dokumentacja i wymiana informacji dotyczących zdarzeń artystycznych, instytucji i osób związanych ze sztuką dla dzieci; organizator Festiwalu Filmów dla Dzieci „Ale Kino" oraz Biennale Sztuki dla Dziecka
7.	Ośrodek Aliance Francaise przy UAM	propagowanie kultury francuskiej w Polsce, kursy j. francuskiego
8.	Polsko Australijski Klub Biznesmenów	promocja Australii w Polsce, pomoc biznesmenom zakładającym firmy w Polsce, szerzenie kultury australijskiej
9.	Towarzystwo Polsko - Japońskie	kursy języka japońskiego (dla początkujących i zaawansowanych), kursy języka japońskiego w Japonii, tłumaczenia językowe, projektowanie wnętrz i ogrodów w stylu japońskim, informacje dla turystów i biznesmenów graficzne opracowania komputerowe w języku japońskim

Źródło: opracowanie na podstawie Miejskiego Informatora Multimedialnego

Miasto Poznań współpracuje z 10 miastami partnerskimi. Charakterystykę współpracy w zakresie kulturalnym przedstawia poniższa tabela:

Tabela nr 7

Miasta partnerskie Poznania

Lp.	Nazwa miasta	Państwo	Data nawiązania współpracy	Ważniejsze przejawy współpracy na płaszczyźnie kulturalnej
1.	Assen	Holandia	22.06.1992 r.	uczestnictwo pracowników samorządowych w ważniejszych wydarzeniach kulturalnych miast, współpraca Muzeum Narodowego w Poznaniu i Drents Muzeum w Assen: wymiana kolekcji, organizowanie czasowych wystaw
2.	Brno	Czechy	16.09.1966 r.	rokrocznie w Poznaniu odbywają się Dni Kultury Czeskiej, którym towarzyszą: koncerty, spektakle teatralne, pokazy filmów i wieczory muzyczno - poetyckie w wykonaniu artystów czeskich
3.	Hannover	Niemcy	29.06.1979 r.	współpraca Biura Promocji Miasta Poznania z Centrum Kongresowym Hannoveru, zajmującym się promocją turystyki i organizacją kongresów, na bazie tej współpracy opracowano zasady działania Centrum Informacji Miejskiej; współpraca Teatru Wielkiego i Niedersachsische Stadttheater
4.	Jyväskylä	Finlandia	30.06.1979 r.	dotychczas brak wyraźnych przejawów współpracy w dziedzinie kultury
5.	Nablus	Palestyna	22.05.1997 r.	dotychczas brak wyraźnych przejawów współpracy w dziedzinie kultury

6.	Nottingham	Wielka Brytania	23.09.1994 r.	organizacja co 2 lata imprez kulturalno - sportowych „Tydzień Nottingham" w Poznaniu i „Tydzień Poznania" w Nottingham: prezentowane są sztuki teatralne, występy zespołów folklorystycznych, wystawy malarskie i fotograficzne, spotkania młodzieży w ramach warsztatów muzycznych i teatralnych
7.	Pozuelo de Alarcon	Hiszpania	11.10.1993 r.	wymiana kulturalna, wymiana doświadczeń placówek naukowych i szkolnictwa
8.	Rennes	Francja	ukoronowanie wieloletniej współpracy było podpisanie Karty Współpracy 04.04.1998 r.	od 1993 r. działa Dom Bretanii, rokrocznie odbywają się w Poznaniu Dni Bretanii, Festiwal Muzyki Celtyckiej, Dni Kultury Francuskiej, Festiwal Licealnych Teatrów Francuskojęzycznych; współpraca Dzielnicy Villejean w Rennes z Domem Kultury na Osiedlu pod Lipami
9.	Toledo	Stany Zjednoczone	6.04.1991 r.	w obu miastach istnieją komitety promujące współpracę kulturalną, młodzież Poznania uczestniczy w corocznych zajęciach International Youth Academi w Toledo
10.	Shenzhen	Chiny	30.07.1993 r.	dotychczas brak wyraźnych przejawów współpracy w dziedzinie kultury

Źródło: opracowanie na podstawie Miejskiego Informatora Multimedialnego

Liczne, przedstawione pokrótce walory kulturowe świadczą o tym, że Poznań jest ponadregionalnym centrum kulturalnym. Aktualne wykorzystanie tych walorów dla turystyki a także potencjalne możliwości szerszego ich propagowania przedstawiono w podrozdziale 4.2. pt. : Produkty dla turystyki kulturowej i krajoznawczej.

1.3. WALORY HISTORYCZNE

PRADZIEJE I POCZĄTKI PAŃSTWA POLSKIEGO

Już w IX w. w widłach Warty i Cybiny istniał gród warowny, którego znaczenie wzrosło w okresie formowania się państwowości polskiej w poł X w[19].

Gdy w 966 r. za panowania księcia Mieszka I, pierwszego władcy Polski, kraj przyjął chrześcijaństwo, ceremonia chrztu odbyła się prawdopodobnie w Poznaniu i tu też w roku 968 utworzono pierwsze polskie biskupstwo. Pierwszym biskupem zostaje Jordan, benedyktyn, który przybył do Poznania wraz z księżniczką Dobrawą.

Kiedy w 992 roku umiera Mieszko I zostaje pochowany w katedrze poznańskiej. Kiedy w 1005 r. w pobliżu Poznania zatrzymuje się wyprawa cesarza Henryka II w kronice Thietmara pojawia się po raz pierwszy nazwa miasta ("Urbs Poznani"). W 1025 r. umiera Bolesław Chrobry, a jego pogrzeb odbywa się w katedrze poznańskiej. Poznań był faktyczną stolicą Polski aż do połowy XI w., kiedy siedzibą zwierzchniego księcia polskiego stał się Kraków.

[19] W.Łęcki, F.Jaśkowiak: *Przewodnik po Poznaniu*, Sport i Turystyka, Warszawa 1991.

ROZBICIE DZIELNICOWE I PIERWSZE PRÓBY ZJEDNOCZENIA POLSKI

W 1138 r. na mocy testamentu Bolesława Krzywoustego Poznań wraz z Wielkopolską otrzymuje Mieszko III. W okresie rozbicia dzielnicowego Poznań jest stolicą wielkopolskiej linii Piastów.

Od XII w. rozpoczyna się osadnictwo na lewym brzegu Warty, gdzie powoli przenosi się centrum administracyjne i handlowe. W połowie XIII w. książę Przemysł I na wzgórzu, na lewym brzegu Warty buduje zamek, a w 1253 r. nadaje Poznaniowi magdeburskie prawa miejskie i lokuje miasto na lewym brzegu, w okolicy dzisiejszego kościoła Jezuitów, na powierzchni ok. 20 ha. Wytyczony zostaje regularny układ ulic i rynek o powierzchni 2 ha. W latach następnych powstają okazałe budowle miejskie, m.in. ratusz, waga, kościół farny. Miasto zostaje otoczone murami obronnymi z 4 bramami, których niewielkie fragmenty zachowały się do dzisiaj. Ostrów Tumski pozostaje siedzibą biskupa. W II połowie XIII w. w Poznaniu powstaje "Rocznik Wielkopolski", po kronikach Galla Anonima i Wincentego Kadłubka trzecie źródło o najdawniejszych dziejach Polski. W 1295 r. rezydujący w Poznaniu Przemysł II (ks. wielkopolski 1279-1295), syn Przemysła I i Elżbiety – córki Henryka Pobożnego[20], koronuje się w Gnieźnie na króla. Z Poznania wychodzi pierwsza inicjatywa zjednoczenia państwa. Jednak śmierć króla przerywa dzieło odbudowy jedności państwowej. W lutym 1296 r. Przemysł II zostaje zamordowany[21]. Jego pogrzeb odbywa się w katedrze poznańskiej.

Po jego śmierci w 1296 r. na księcia Wielkopolski i Pomorza zostaje wybrany Łokietek. Nie udaje mu się tylko podporządkować zachodniej części Wielkopolski, którą opanował Henryk Głogowski. Kiedy jednak Władysław Łokietek po przegranych walkach z Wacławem II Czeskim zgadza się na hołd lenny (1299) traci poparcie Wielkopolan, pragnących przodującej roli w swej dzielnicy. Do Wielkopolski wkracza zbrojnie Wacław II, uzyskując formalną elekcję, opanowuje także Pomorze, część Kujaw, sieradzkie i łęczyckie, i dzięki połączeniu pod swą władzę większości ziem Polskich zostaje koronowany w 1300 r. w Gnieźnie na króla Polski.

XIV-XV WIEK

Wacław II umiera w 1305 r. w trakcie przygotowań do wyprawy przeciwko Łokietkowi. Po jego śmierci Wielkopolska dostaje się pod władzę Henryka Głogowskiego. Rządzona nieudolnie przez jego pięciu młodocianych synów zostaje zdobyta przez Władysława Łokietka w 1314 r., kiedy to pokonuje on sprzeciwiające się mu mieszczaństwo Poznania z wójtem Przemkiem na czele i obejmuje dzielnicę, z którą związana była idea królestwa polskiego[22]. Pozwala mu to rozpocząć starania o koronę królewską. Papież zgadza się na koronację Łokietka, pod warunkiem, że nie będzie naruszać ona niczyich praw. W tym czasie jednak król czeski Jan wysuwał roszczenia do Królestwa Polskiego, którym według niego była Wielkopolska. By go nie prowokować Łokietek koronuje się na króla Polski w Krakowie, a nie w Gnieźnie, jak wszyscy jego poprzednicy.

Po śmierci Łokietka na tron Polski wstępuje jego syn Kazimierz III Wielki. Wielkopolanie mieli nadzieję, że przywrócony zostanie stary obyczaj i koronacja odbędzie się w Gnieźnie. Nowy władca koronował się jednak, jak ojciec, w katedrze

---

[20] *Poczet królów i książąt polskich Jana Matejki*, Świat Książki, Warszawa 1997.

[21] M.Tymowski, J.Kieniewicz, J.Holzer: *Historia Polski*, Editions Spotkania, Warszawa 1990.

[22] J.w.

krakowskiej. Jedynie w 1341 r. koronacja jego drugiej żony Adelajdy Heskiej następuje w katedrze poznańskiej i jest jedyną w dziejach Poznania koronacją królewską.
Za panowania Kazimierza Wielkiego następuje dalszy rozwój miasta, poza murami powstają duże przedmieścia.
Kolejnym wydarzeniem ważnym dla Poznania był rok 1394 r., kiedy to król Władysław Jagiełło nadaje miastu prawo składu. Przez Poznań wiodą wielkie szlaki handlowe z Litwy, Mazowsza i ziem ruskich do Lipska i Norymbergi, z Krakowa do Szczecina. Poznań staje się wielkim ośrodkiem handlu europejskiego[23].

ZŁOTY WIEK XVI

Poznań w tym czasie jest jednym z ważniejszych ośrodków kultury i najwybitniejszym ośrodkiem wiedzy medycznej w kraju, ośrodkiem rzemiosł artystycznych. Ranga Poznania rośnie mimo dwóch wielkich pożarów, które strawiły miasto (1447 i 1536 r.). Po drugim pożarze przybywa do Poznania Giovanni Battista Quadro, który odbudowuje wiele budowli w stylu renesansowym, m. in. Ratusz. W tym czasie w obrębie murów mieszka 6000 ludzi, a cały zespół miejski Poznania liczy 20 000 mieszkańców (najwyższa liczba jaką miasto osiągnęło do czasu rozbiorów). W 1518 r. przy wsparciu Zygmunta Starego biskup Jan Lubrański zakłada pierwszą uczelnię wyższą zwaną Akademią Lubrańskiego, dwa lata później Jan Patrus otwiera pierwszą w Poznaniu księgarnię. W 1557 na burmistrza Poznania zostaje wybrany Józef Struś – najwybitniejszy wówczas w Polsce lekarz .W 1570 r. do Poznania przybywają Jezuici i rok ten jest jednocześnie początkiem kontrreformacji. Trzy lata później zostaje otwarte Kolegium Jezuickie, druga szkoła o charakterze wyższym, a w 1577r. Melchior Nering otwiera w Poznaniu pierwszą drukarnię.

XVII-XVIII WIEK

Następuje stopniowy upadek miasta, spotęgowany licznymi wojnami i klęskami żywiołowymi. Najpierw pustoszą miasto Szwedzi, potem Branderburczycy. W czasie wojny północnej (1700-21) miasto na przemian zajmują wojska szwedzkie, saskie, rosyjskie i konfederaci tarnogrodzcy. W międzyczasie miasto znacznie ucierpiało od powodzi i huraganów, m.in. w 1736 r. przeżyło największą w swej historii powódź, w wyniku której zawaliła się trzecia część domów a liczba ludności spadła do 8 000. W latach 1756-63, w czasie tzw. wojny siedmioletniej i w dobie I rozbioru Polski (1772) miasto na przemian zajmują wojska rosyjskie, pruskie i konfederaci barscy. Dopiero pod koniec XVIII w. Poznań zaczyna podnosić się z upadku. W 1780 r. rozpoczyna działalność Komisja Dobrego Porządku pod przewodnictwem Kazimierza Raczyńskiego, która poddaje renowacji wiele zabytkowych budowli, a także wznosi nowe, w stylu klasycystycznym (m.in. Odwach).

POD ZABOREM PRUSKIM

W 1793 r. następuje II rozbiór Polski i miasto wraz z Wielkopolską zajmują Prusacy wcielają do swego państwa jako Prusy Południowe. Poznań jest głównym miastem tej prowincji, liczy 12 000 mieszkańców i ma 900 domów. Prusacy znoszą stare obwarowania i powiększają obszar miasta.

Napoleon w Poznaniu

6.11.1806 r. do miasta wkraczają legiony z gen. J.H. Dąbrowskim na czele. Wybucha powstanie, 27.11. przybywa Napoleon i przez 2 tygodnie w Poznaniu mieści się główna kwatera cesarza. Na mocy pokoju w Tylży (1807 r.) Poznań włączono do

---

[23] W.Łęcki, F.Jaśkowiak: *Przewodnik po Poznaniu* ... opt.cit.

Księstwa Warszawskiego jako stolicę departamentu. W 1815 r. kongres wiedeński oddaje Wielkopolskę Prusakom jako Wielkie Księstwo Poznańskie. Poznań został stolicą księstwa.

Fortyfikacja miasta

W latach 1829-39 Prusacy utworzyli z miasta twierdzę, silnie je fortyfikując. Powstaje fort Winiary (Cytadela), miasto zostaje otoczone wałami, zostają zbudowane śluzy na Warcie i Cybinie w celu spiętrzenia wody w wypadku oblężenia. Akcja germanizacyjna rządu pruskiego spowodowała silną opozycję społeczeństwa Poznania i Wielkopolski, które organizuje się w licznych stowarzyszeniach kulturalnych, gospodarczych i religijnych.

Drugi złoty okres dla kultury Poznania

W latach 1840-50 Poznań przeżywa drugi "złoty okres" kultury. Pałac Działyńskich staje się nieoficjalnym uniwersytetem polskim. Ukazują się liczne czasopisma codzienne i periodyczne. Organem radykalnego odłamu inteligencji jest "Tygodnik Literacki", kolportowany w całym kraju i na emigracji, w którym drukują m.in. Juliusz Słowacki, Cyprian Kamil Norwid, i Józef Ignacy Kraszewski. W 1842 r. z inicjatywy dra. Karola Marcinkowskiego powstaje Bazar, ośrodek polskiego życia politycznego, gospodarczego i kulturalnego. W 1846 r. aresztowania wśród polskich patriotów udaremniają wybuch powstania. Hipolit Cegielski zakłada w Bazarze sklep narzędzi rolniczych, później warsztat naprawczy maszyn rolniczych, z których wyrastają potężne zakłady przemysłu metalowego. Powstanie wybucha 20.03. 1848 r. i ogarnia większą część księstwa, a Poznań mimo, że nie jest objęty bezpośrednimi działaniami wojskowymi zostaje jego centrum dyspozycyjnym.

Trwa rozbudowa infrastruktury miasta

W 1875 r. ze składek społecznych wzniesiony zostaje Teatr Polski. Rozwija się nowoczesna infrastruktura miejska: wodociągi (z fundacji Edwarda Raczyńskiego), dworce kolejowe, gazownia (jedna z pierwszych w kraju), elektrownia, tramwaj konny, a potem elektryczny, zakładane są pierwsze telefony.

Na przełomie XIX i XX wieku Prusacy budują kilka reprezentacyjnych budynków miejskich: zamek cesarski (dziś Pałac Kultury), teatr (dzisiejsza Opera) oraz gmach pruskiej Akademii Królewskiej (dziś Collegium Minus Uniwersytetu).

W 1910 r. Poznań liczy 156 000 mieszkańców, w tym 89 842 Polaków.

Powstanie Wielkopolskie

27 grudnia 1918 r. wybucha powstanie wielkopolskie, w wyniku którego Poznań zrzuca jarzmo pruskie. Jest to jedyny zryw niepodległościowy na terenie zaborów, który zakończył się zwycięstwem.

Wielkopolska dzięki zwycięstwu Powstania Wielkopolskiego wniosła do odrodzonej Rzeczypospolitej:

- rdzenne prapolskie ziemie, z wysoko rozwiniętą gospodarką, nowoczesnym przemysłem rolno spożywczym, wydajnym rolnictwem i prężnym handlem,
- ponad 75 tys. Armię Wielkopolską, jednolicie umundurowaną, dobrze wyszkoloną i wyposażoną (w krótkim czasie zorganizowaną),
- wiele sprzętu wojskowego zdobytego w walkach z zaborcą, w tym samolotów – wzmacniając ilościowo i jakościowo organizowane w Kongresówce polskie lotnictwo[24].

[24] Miejski Informator Multimedialny: http:/ www.city.poznan.pl/powstanie

Powstańcy wielkopolscy uczestniczyli w tworzeniu II Rzeczypospolitej poprzez udział w powstaniach śląskich i przeprowadzeniu plebiscytów na Śląsku i Pomorzu, uczestniczyli w obronie granic Polski i w odbudowie polskiej administracji.

OKRES MIĘDZYWOJENNY

W okresie międzywojennym Poznań staje się znaczącym ośrodkiem handlu, przemysłu i kultury w odrodzonej Polsce. Budowane są nowe fabryki: lokomotyw "H.Cegielskiego", papieru "Malta", przemysłu gumowego "Stomil" i przemysłu spożywczego. Następuje rozbudowa gospodarki komunalnej, budowa nowej elektrowni, spalarni śmieci i mostu Chrobrego, ogroblenie Warty, zniesienie fortyfikacji pruskich w prawobrzeżnej części miasta, budowa wielkich gmachów wzdłuż pasa plant (Dom Żołnierza, Izba Rzemieślnicza, Wyższa Szkoła Handlowa, Izba Skarbowa, nowy Dom Akademicki, gimnazjum ss. Urszulanek, Szkoła Pielęgniarstwa. 5.01.1919 decyzją Sejmu Dzielnicowego w Poznaniu utworzono Wszechnicę Piastowską. Uruchomiono rozgłośnię Polskiego Radia (1927 r.). W 1921 r. zorganizowano i otwarto pierwsze Targi Poznańskie, początkowo o zasięgu krajowym, od 1925 r. - międzynarodowym. W 1929 r. odbyła się Powszechna Wystawa Krajowa (650 000 m2, 4,5 mln odwiedzających) - będąca przeglądem osiągnięć Polski w dziesięcioleciu po odzyskaniu niepodległości.

II WOJNA ŚWIATOWA

1 września 1939 r. Niemcy hitlerowskie napadają na Polskę, 10 września zajmują Poznań. 8 października Poznań wraz z Wielkopolską, miastem Łódź i częścią Kujaw zostaje wcielony do Rzeszy jako Reichsgau Wertheland. Rozpoczyna się najkrwawszy i najokrutniejszy okres w dziejach Poznania. Masowe rozstrzeliwania w lasach dookoła Poznania, mordowanie w miejscach kaźni w Forcie VII, w więzieniu, w obozie karnym w Żabikowie. Okupant wywozi Poznaniaków masowo do wschodniej Polski, tzw. generalnej Guberni. Na ich miejsce sprowadza Niemców z Rzeszy i krajów nadbałtyckich. W Poznaniu niszczone są wszystkie ślady polskości. Zamknięty zostaje Uniwersytet i wszystkie szkoły, kościoły, bez względu na ich wartość historyczną zamieniane są w magazyny. Pozostali w Wielkopolsce Polacy są prześladowani, zamykani do obozów i więzień, mordowani. Już na początku okupacji, mimo nieopisanego terroru zawiązują się organizacje ruchu oporu oraz podziemne organizacje polityczne, m.in. we wrześniu 1939 r. organizacja "Ojczyzna". Wiosna 1941 r. powstaje Związek Walki Zbrojnej, który przemianowany na Armię Krajową przejął dotychczasowe organizacje ruchu oporu. Wkrótce dowództwo Poznańskiego Okręgu ZWZ obejmuje całą Wielkopolskę. Na przełomie 1944 i 45 roku Niemcy zamieniają Poznań w twierdzę mającą powstrzymać zwycięski marsz Armii Radzieckiej na Berlin. 23 stycznia 1945 r. wojska radzieckie I Frontu Białoruskiego forsują Wartę na pn. i pd. od Poznania otaczając miasto zwartym pierścieniem. W czterotygodniowych bojach zdobywają ulicę za ulicą, dom za domem. 23 lutego o świcie, przy współudziale zmobilizowanych mieszkańców Poznania, wojska radzieckie łamią ostatnie gniazdo oporu hitlerowskiego na Cytadeli. W toku całych walk zniszczeniu uległy 832 budynki, czyli 55% zabudowy miejskiej, w tym Stare Miasto, które prawie całe legło w gruzach.

OKRES POWOJENNY

Postępująca stopniowa odbudowa miasta ze zniszczeń związana jest z kilkoma ważnymi datami. W 1952 r. otwarto Muzeum Instrumentów Muzycznych w zabytkowej kamienicy na Starym Rynku, a w 1954 roku Muzeum Historyczne m. Poznania w

odbudowanym ratuszu. Odbudowę zabytkowego zespołu staromiejskiego zakończono ostatecznie w 1962 r.

Poznański czerwiec 1956 r.

Ważnym okresem w powojennej historii Poznania był czerwiec 1956 r., kiedy to miały miejsce tzw. Wydarzenia Czerwcowe - spontaniczna manifestacja robotników skierowana przeciwko władzy socjalistycznej. Ok. 120 000 osób 28 czerwca manifestowało na pl. Mickiewicza żądając "chleba, prawdy i wolności". Robotnicy opanowali niektóre gmachy publiczne. W walkach ulicznych z udziałem wojska zginęło 76 osób, a ok. 900 zostało rannych. 28 czerwca 1981 roku odsłonięto pomnik upamiętniający ten robotniczy zryw - słynne poznańskie krzyże. Potężna manifestacja patriotyczna na pl. Mickiewicza zgromadziła ok. 120 000 osób.

Z przedstawionych w dużym skrócie faktów historycznych związanych z Poznaniem wynika, że nieomalże każdy z okresów historycznych pozostawił pamiątki historyczne, które w większości są lub potencjalnie mogą stać się walorami turystycznymi.

Szczególnymi walorami historycznymi dla miasta Poznania są następujące okresy i zagadnienia:

1. Pradzieje i okres powstawania państwa polskiego,
2. Powstania narodowe,
3. Martyrologia i walka wyzwoleńcza w latach 1939-45,
4. Zasłużeni ludzie związani z Poznaniem[25],
5. Poznański Czerwiec 1956 r.

Pradzieje i okres powstania państwa polskiego reprezentowany jest w szczególności przez:

- **Muzeum Archeologiczne** prezentujące Pradzieje Wielkopolski - życie ludzi w Wielkopolsce od epoki kamienia do schyłku starożytności.
- **Ostrów Tumski z katedrą i grobami Mieszka I i Bolesława Chrobrego** - miejsce najsilniej związane z początkami Państwa Polskiego

Ostatnie odkrycie na Ostrowie Tumskim, między zachodnią fasadą kościoła pw. Najświętszej Marii Panny a Psałterią, fundamentów jednego z najstarszych zespołów sakralno – pałacowych w Polsce - Palatium Mieszka I umacnia rangę Poznania jako niekwestionowanego centrum na progu chrześcijańskiej Polski. Palatium książęce Mieszka I wybudowano obok pierwszej bazyliki usytuowanej na poznańskim podgrodziu, której fundamenty znajdują się obecnie pod Katedrą. Odkrywca palatium - prof. dr hab. Hanna Kócka-Krenz z UAM - podkreśla[26], że Gniezno i Poznań w równym stopniu uczestniczyły w tworzeniu Państwa Polskiego i wszystkich wydarzeniach sprzed 1000 lat i że sławna pielgrzymka Ottona III przez Ostrów Lednicki do Gniezna zapewne nie ominęła Poznania.

- rezerwat archeologiczno - architektoniczny przy narożniku ulic Stawnej i Garbary, gdzie podczas prac prowadzonych w latach 1970-71 odkryto osadę targową z XI - XIII w. i cmentarzysko z XII - XIII , fundamenty dwu kolejno po sobie wzniesionych klasztorów gotyckich i dużą liczbę zabytków ruchomych.

---

[25] L.A.Dębski z zespołem: *Miejsce Poznańskiego w turystycznej regionalizacji kraju i jego walory turystyczne*, Instytut Turystyki, Poznań 1980.

[26] *Tędy szedł Otton III* [w] *IKS - Poznański Informator Kulturalny, Sportowy i Turystyczny* , wrzesień 1999, s. 8-10.

Walory turystyczne związane z tym okresem połączone są ze Szlakiem Piastowskim, który rozpoczyna się w Poznaniu.

Powstania narodowe

Okresem historycznym Wielkopolski stanowiącym źródło największej ilości walorów historycznych jest okres zaborów. Do ważniejszych masowych aktów zbrojnych mieszkańców Wielkopolski w okresie zaborów należą:

1. Insurekcja kościuszkowska 1794 r.,
2. Powstanie 1806/1807 r.,
3. Kompania 1809 r. w okresie Księstwa Warszawskiego,
4. Powstanie listopadowe 1830-31 r.,
5. Powstanie Wiosny Ludów w Wielkopolsce w 1848 r.,
6. Powstanie styczniowe 1863-64 r.,
7. Powstanie wielkopolskie 1918-19 r.[27]

Okres powstań narodowych w Poznaniu reprezentowany jest w szczególności przez:

- Wielkopolskie Muzeum Walk Niepodległościowych - Odwach,
- Wielkopolskie Muzeum Wojskowe,
- Muzeum Historii Miasta Poznania,
- liczne tablice pamiątkowe i cmentarze (Cmentarz Garnizonowy) oraz pomniki: Kościuszki, Powstańców Wielkopolskich, 15 Pułku Ułanów Poznańskich.

Dla m. Poznania szczególne znaczenie w kontekście walorów historycznych ma Powstanie Wielkopolskie. 27 grudnia 1998 roku odbyły się obchody 80-tej rocznicy jego wybuchu. Działalność powstałego 30.01.1989 r. Towarzystwa Pamięci Powstania Wielkopolskiego skupia się na popularyzacji dziejów powstania poprzez liczne odczyty, prelekcje, konkursy, działalność wydawniczą (rocznik Powstaniec Wielkopolski) itp.

Okres martyrologii i walki wyzwoleńczej w latach 1939-45 jest reprezentowany głównie w zbiorach muzealnych w:

- Muzeum Martyrologii Wielkopolan w Forcie VII z dokumentami z byłego obozu karno - śledczego gestapo, będących świadectwem martyrologii Polaków w latach 1939-44, aktualnie wystawa czasowa: Wielkopolanie w Oświęcimiu
- Wielkopolskim Muzeum Wojskowym - aktualnie wystawa czasowa: Kampania Wrześniowa w zbiorach WMW
- Muzeum Bronii Pancernej z eksponatami broni z okresu II wojny światowej
- Muzeum Armii Poznań z ekspozycja stałą; Wielkopolska walcząca 1939-45, a także na Cytadeli z pomnikiem - mauzoleum ku czci żołnierzy Armii Czerwonej, cmentarze (Cmentarz Bohaterów Polskich, Cmentarz Bohaterów Radzieckich, Cmentarz Garnizonowy Brytyjski) oraz pomniki (Armii Poznań, Żołnierzy Francuskich, Żołnierzy Radzieckich) oraz na licznych tablicach pamiątkowych.

Zasłużeni ludzie związani z Poznaniem[28] to m.in.:

Hipolit Cegielski, Dezydery Chłapowski, Franciszek Chłapowski, August Cieszkowski, Paweł Cyms, Piotr Dohlmann, Jan Henryk Dąbrowski, Józef Dowbór Musnicki, Jarogniew Drwęski, Tytus Działyński, Eweryst Estkowski, Łukasz Górka, Kazimierz Kantak, Marcin Kasprzak, Jakub Krauthofer, Karol Libelt, Jan Lubrański, Karol Marcinkowski, Maciej Mielżyński, Seweryn Mielżyński, Andrzej Niegolewski,

---

[27] L.A.Dębski z zespołem: *Miejsce Poznańskiego w turystycznej* ... opt. cit.
[28] J.w.

Władysław Maurycy Niegolewski, Jan Palacz, Klaudyna Potocka z Działyńskich, Edward Raczyński, Józef Struś, Józef Franciszek Witaszek.
Nazwiska większości z nich widnieją w nazwach poznańskich ulic i instytucji.

Poznański Czerwiec 1956 r. upamiętniony jest przede wszystkim poprzez pomnik wykonany ze stali według projektu Adama Graczyka i Włodzimierza Wojciechowskiego, przedstawiający dwa krzyże (o wysokości 19 m i 21 m) i stylizowaną głowę orła. Na lewym krzyżu widnieje rok wystąpień czerwcowych - 1956, natomiast na prawym - lata kolejnych wystąpień robotniczych w Polsce: 1968, 1970, 1976,1980. Ponadto na terenie Zakładów Przemysłu Metalowego im. Hipolita Cegielskiego znajdują się 2 tablice pamiątkowe wydarzeń czerwcowych w 1956 roku zapoczątkowanych przez robotników zakładów pochodem do centrum miasta, zakończonych manifestacjami na pl. Mickiewicza i walkami ulicznymi.

Opisane walory historyczne Poznania tworzą istotną część dziedzictwa kulturowego miasta i powinny być szeroko wykorzystywane w kształtowaniu produktu kulturowego i krajoznawczego (por. podrozdział 4.2.).

1.4. STRATEGIA ROZWOJU WALORÓW TURYSTYCZNYCH M.POZNANIA.

Z przeprowadzonych w poprzednich podrozdziałach analiz wynika, że aglomeracja poznańska ma niepodważalne walory turystyczne, które skłaniają i będą skłaniać w przyszłości turystów krajowych i zagranicznych do przyjazdów do Poznania.
Problem tkwi w tym, aby z jednej strony istniejące walory zostały zachowane w takim stanie, który czyni je atrakcyjnymi dla turystyki, z drugiej zaś strony chodzi o podjęcie różnorodnych działań promujących te walory na krajowym i międzynarodowym rynku turystycznym.

W przypadku walorów przyrodniczych, zgodnie z przyjętymi już koncepcjami rozwoju miasta Poznania, należy zintensyfikować działania zmierzające do powstrzymania degradacji terenów rekreacyjnych, zarówno w granicach miasta, jak i sąsiadujących z nim gmin.

W opracowanym i zatwierdzonym w 1994 roku planie zagospodarowania przestrzennego Poznania, prezentującym koncepcję rozwoju miasta jako miasta zwartego, podkreśla się wielokrotnie konieczność ochrony obszarów o funkcjach wypoczynkowo-rekreacyjnych oraz potrzebę dalszego powiększania tego typu terenów. Między innymi w planie przewiduje się doprowadzenie do centralnych części miasta wewnętrznych klinów zieleni (przedwojenny pomysł prof. Czarneckiego)[29].

W opracowanych już koncepcjach rozwoju Poznania, walory przyrodnicze są istotnym elementem przyszłego rozwoju miasta, a podstawowe działania odnoszące się do nich można sprowadzić, zdaniem L.Mierzejewskiej i J.J.Paryska, między innymi do:

- zwiększenia stopnia integracji zabudowy śródmiejskiej i osiedlowej z zielenią;
- powiększenia zwartości, spójności „gęstości zieleni" czterech głównych klinów zieleni oraz włączenie do klinów terenów sąsiednich;
- obsadzenia drzewami i krzewami tras komunikacyjnych oraz dróg wylotowych;

---

[29] Por. J.J.Parysek: *Poznań wobec wyzwań transformacji społeczno-ustrojowej i przemian strukturalno-przestrzennych współczesnych miast* [w] *Podstawy gospodarczej polityki miasta. Studium Poznania* (pod red. R.Domańskiego). Polska Akademia Nauk - Komitet Przestrzennego Zagospodarowania Kraju (Biuletyn nr 181), Warszawa 1998, s.78.

- ochrony unikalnych i zabytkowych terenów zielonych, zwłaszcza rezerwatów, fortów, parków, alei, cmentarzy, lasów komunalnych;
- ograniczeniu intensywnego zagospodarowania turystycznego i rekreacyjnego do okolic Jeziora Maltańskiego oraz średnio intensywnego do rejonu jezior: Strzeszyńskiego, Kierskiego i Rusałka[30].

Cytowani powyżej Autorzy postulują, także konieczność zagospodarowania ciepłych źródeł solankowo-bromowych w okolicach jeziora Malta, których zasoby oraz właściwości pozwoliłyby na uruchomienie dużego ośrodka rekreacyjno-leczniczego.

Wspomniane tereny położone w sąsiedztwie jezior Strzeszyńskiego, Kierskiego i Rusałki będą w przyszłości atrakcyjnymi obszarami dla celów rekreacyjno-wypoczynkowych, ale należy przede wszystkim chronić powyższe akweny i obszary położone przy nich przed degradacją, a także konieczna jest restrukturyzacja istniejącego na tych obszarach zagospodarowania.

Aczkolwiek tereny Wielkopolskiego Parku Narodowego nie leżą w granicach miasta, to jednak jest to obszar koncentracji ruchu turystycznego. W strategii rozwoju tego obszaru chronionego należy umiejętnie połączyć różne jego funkcje, w tym także funkcję wypoczynkową.

Tereny zielone zlokalizowane w gminach okalających bezpośrednio Poznań mogą w przyszłości stać się atrakcyjnymi terenami turystyczno-rekreacyjnymi nie tylko dla mieszkańców miasta, ale również dla przyjeżdżających do Poznania turystów krajowych i zagranicznych.

W strategii rozwoju rynku turystycznego Poznania konieczna jest szczególna ochrona walorów kulturowych i historycznych miasta.

O ile stosunkowo najmniejszych działań wymaga utrzymanie lub ochrona drobnych obiektów dziedzictwa kulturowego oraz zagospodarowanie terenów wokół nich, o tyle zdecydowanie trudniejsze organizacyjnie, a przede wszystkim ekonomicznie, będzie utrzymanie dużych obiektów zabytkowych oraz ich przystosowanie do współczesnych wymogów międzynarodowej turystyki.

Szczególną opieką należy otoczyć poznańską Starówkę, Ostrów Tumski, Park Wilsona wraz z Palmiarnią, zabytkowe budynki Uniwersytetu im. A.Mickiewicza, zabytkowe kościoły i cmentarze. Większość z w/w obiektów wymieniana jest zarówno wśród turystów krajowych, jak i zagranicznych, jako najbardziej atrakcyjne miejsca do zwiedzania.

Konieczne jest także promowanie nowych obiektów dziedzictwa kulturowego w Poznaniu, takich chociażby jak: Palatium Mieszka I czy Zamek Królewski w Poznaniu. Wiąże się to z odpowiednim zagospodarowaniem turystycznym w/w obiektów oraz skuteczną ich promocją na rynku turystycznym.

Reasumując można stwierdzić, że występujące w Poznaniu walory przyrodnicze i kulturowo-historyczne wymagają stałej troski władz samorządowych i instytucji nimi zarządzających o zachowanie tych walorów w takim stanie, który spełnia oczekiwania przyjeżdżających turystów oraz mieszkańców miasta, a jednocześnie systematycznych przedsięwzięć przystosowujących te walory do rosnących stale wymogów międzynarodowego rynku turystycznego.

---

[30] Cyt.za: L.Mierzejewska, J.J.Parysek: *Tereny zielone oraz ich miejsce i funkcje w strukturze przestrzennej miasta* [w] *Podstawy gospodarczej polityki miasta...*, op.cit s.208.

Rozdział 2
ANALIZA WIELKOŚCI I STRUKTURY KRAJOWEGO ORAZ ZAGRANICZNEGO RUCHU TURYSTYCZNEGO W POZNANIU

W rozważaniach nad obecnym stanem i perspektywami rozwoju ruchu turystycznego w Poznaniu punktem wyjścia, poza walorami turystycznymi posiadanymi przez aglomerację, jest wielkość popytu na dobra i usługi turystyczne ze strony turystów krajowych i zagranicznych, którego pośrednią miarą jest wielkość i struktura przyjazdów turystów do Poznania.

Trzeba wyraźnie podkreślić, iż w chwili obecnej brak jest dokładnych i w miarę wiarygodnych informacji na temat skali krajowego i zagranicznego ruchu turystycznego w aglomeracji poznańskiej. Jedynie dane Głównego Urzędu Statystycznego dotyczące bazy noclegowej oraz jej wykorzystania pozwalają na określenie liczby turystów krajowych i zagranicznych korzystających z tejże bazy, ale również te dane nie są do końca w pełni wiarygodne i kompletne, zważywszy na fakt, iż nie wszystkie obiekty noclegowe przesyłają sprawozdania do urzędów statystycznych.

Pewnych informacji o wielkości ruchu turystycznego na obszarze aglomeracji poznańskiej dostarczają również wyniki badań prowadzonych od wielu lat wśród turystów zagranicznych przez Instytut Turystyki w Warszawie.

Badania prowadzone wśród cudzoziemców na przejściach granicznych obejmują między innymi dane o: celach pobytów turystów zagranicznych w Polsce, czasie i długości tych pobytów, środkach transportu preferowanych przy przyjazdach, preferowanych regionach i miastach w Polsce, ocenach stopnia zadowolenia z pobytu w Polsce i wiele innych szczegółowych danych, które można także wykorzystać dla analizy rynku turystycznego w Poznaniu[31].

Również coroczne badania prowadzone przez Instytut Turystyki przy współpracy z Ośrodkiem Badania Opinii Publicznej wśród turystów krajowych pozwalają na wykorzystanie wyników tychże badań w szacowaniu wielkości krajowego rynku turystycznego w Poznaniu, chociaż błąd szacunku w tym przypadku jest zdecydowanie większy, niż w przytaczanych badaniach granicznych.

Generalnie rzecz biorąc wszelkie dostępne dane oficjalne, dotyczące wielkości krajowego i zagranicznego rynku turystycznego w Poznaniu nie pozwalają na jednoznaczne określenie tej kategorii ekonomicznej, a także na uzyskanie bardziej pogłębionego obrazy badanego problemu.

Biorąc powyższe względy pod uwagę przeprowadzono specjalne badania ankietowe na terenie Poznania, poświęcone diagnozie rynku turystycznego w tym mieście oraz perspektywom jego rozwoju.

2.1. METODOLOGIA BADAŃ RYNKU TURYSTYCZNEGO W POZNANIU

Jak już zaznaczono dla potrzeb niniejszej pracy wykonano specjalne badania ankietowe wśród następujących grup:

- turystów krajowych; badanie przeprowadzono wśród 350 losowo dobranych osób przebywających w Poznaniu, w szeroko rozumianych celach turystycznych.

---

[31] Por. W.Bartoszewicz: *Cele, motywy i formy przyjazdów do Polski w 1998 roku*, Instytut Turystyki, Warszawa 1999.

Badanie zrealizowano w okresie: maj - wrzesień 1999 roku poprzez specjalnie przeszkolonych ankieterów - studentów, w formie wywiadów bezpośrednich. W wywiadach wykorzystano specjalny kwestionariusz ankietowy pt. „Turystyka w Poznaniu" - por. załącznik nr 1. Badania realizowano na dworcu kolejowym, w hotelach i innych punktach noclegowych (schroniska, campingi) oraz na poznańskiej Starówce.

Po weryfikacji zebranych ankiet do ostatecznych obliczeń przyjęto 347 kompletnych i prawidłowo wypełnionych ankiet.

- turystów zagranicznych; badania realizowano w okresie: czerwiec - wrzesień 1999 roku w formie wywiadów bezpośrednich prowadzonych przez przeszkolonych ankieterów - studentów, z wykorzystaniem kwestionariusza pt. „Turystyka w Poznaniu", opracowanego w wersji językowej: angielskiej, niemieckiej, francuskiej i rosyjskiej.

  Badanie objęło 200 losowo dobranych turystów zagranicznych przebywających w okresie czerwiec - wrzesień w Poznaniu, których ankietowano podczas imprez targowych (POLAGRA, 71 Międzynarodowe Targi Poznańskie - Targi Dóbr Inwestycyjnych i Technologii Przemysłowych), na lotnisku Ławica, w poznańskich hotelach, na Starym Rynku oraz na dworcu kolejowym. W każdym miesiącu przeprowadzono po 50 wywiadów ankietowych. Ostatecznie do analiz przyjęto 198 prawidłowo wypełnionych ankiet od tej grupy respondentów
- mieszkańców Poznania; badaniem objęto 219 mieszkańców miasta, dobranych losowo, rekrutujących się z różnych grup społeczno-zawodowych i o zróżnicowanych cechach demograficznych (wiek, płeć itd.), zamieszkałych w poszczególnych dzielnicach miasta. Badanie przeprowadzono przy wykorzystaniu kwestionariusza „Turystyka w Poznaniu - M", stanowiącego załącznik nr 2 do niniejszego opracowania. Badanie przeprowadzono w okresie: czerwiec - wrzesień 1999 r., przy czym w każdym z w/w miesięcy zrealizowano średnio po 50 wywiadów bezpośrednich. Ankietyzacja objęto mieszkańców pięciu dzielnic Poznania, wg opracowanego operatu losowania.
- usługodawców działających na poznańskim rynku turystycznym; badanie zrealizowano w miesiącach: maju oraz we wrześniu, w formie wywiadów ankietowych z wykorzystaniem kwestionariusza „Turystyka w Poznaniu - F".

  Planowano uwzględnić w badaniu 50 różnych podmiotów działających na poznańskim rynku turystycznym, ostatecznie do analiz przyjęto odpowiedzi od 56 respondentów
- przedstawicieli samorządu miejskiego Poznania oraz gmin sąsiednich; te badania miały charakter bezpośrednich rozmów z osobami reprezentującymi w/w ogniwa władz samorządowych. Wykorzystano także oficjalne publikacje prasowe, które ukazały się w 1999 roku na temat strategii rozwoju m.Poznania oraz gmin sąsiednich.

Należy podkreślić, iż autorzy pracy świadomie zrezygnowali z przeprowadzenia badań wśród uczestników specjalistycznych targów „TOUR-SALON", które odbyły się w Poznaniu w dniach 21-24.10.1999 roku, z uwagi na termin realizacji pracy oraz możliwości istotnego zniekształcenia wyników badań ankietowych, przez subiektywne oceny bardzo specyficznej grupy, jaką są przedstawiciele polskich i zagranicznych firm turystycznych uczestniczących w w/w targach.

Targi „TOUR-SALON" zostały wykorzystane przez autorów do weryfikacji niektórych wniosków sformułowanych w toku badań terenowych.

Wszystkie wyniki badań ankietowych poddano statystycznej ocenie z punktu widzenia ich reprezentatywności, przy wykorzystaniu testu Chi-kwadrat. Analiza statystyczna potwierdziła, iż zebrane dane można uznać za reprezentatywne dla turystów (krajowych i zagranicznych) przyjeżdżających do Poznania, a także dla usługodawców działających na terenie miasta.

Badania przeprowadzone wśród mieszkańców miasta traktować należy jako sondaż rynkowy, którego wyniki mimo zastosowania procedur statystycznych nie mogą w pełni być traktowane jako reprezentatywne.

Analizując strukturę turystów krajowych i zagranicznych, którzy uczestniczyli w badaniu ankietowym można stwierdzić, że występują dość istotne zróżnicowania pomiędzy turystami krajowymi i zagranicznymi (por. tabela nr 8).

W grupie turystów krajowych odwiedzających Poznań w okresie maj-czerwiec 1999 r. nieznacznie przeważały kobiety, natomiast w grupie turystów zagranicznych wyraźnie dominowali mężczyźni. Turyści krajowi, to głównie osoby młode w wieku do 34 lat (66% ogółu badanych), natomiast w grupie turystów zagranicznych przeważają osoby w przedziałach wiekowych 35-44 lata i powyżej 45 lat (62,6%). Biorąc pod uwagę poziom wykształcenia ankietowanych zwraca uwagę fakt, że wśród turystów krajowych przeważają osoby ze średnim wykształceniem, natomiast w grupie turystów zagranicznych zdecydowanie najliczniej reprezentowane są osoby z wykształceniem wyższym (68,2%).

Do Poznania przyjeżdżają głównie w celach turystycznych: studenci, pracownicy administracyjno-biurowi zatrudnieni w firmach lub pracownicy inżynieryjno-techniczni. W grupie przyjeżdżających cudzoziemców najliczniejszą grupę stanowią także studenci, pracownicy inżynieryjno-techniczni, pracownicy administracyjno-biurowi w firmach oraz menadżerowie firm.

Turyści krajowi odwiedzający Poznań oceniają swoją sytuację materialną najczęściej jako dobrą lub średnią (83% ogółu), natomiast turyści zagraniczni jako bardzo dobrą lub dobrą (72,2% ogółu).

Poznań jest odwiedzany w celach turystycznych przede wszystkim przez mieszkańców miast, którzy w analizowanym badaniu stanowili blisko 90% ogółu ankietowanych osób. Najczęściej przyjeżdżają do Poznania turyści z dużych ośrodków miejskich, o liczbie mieszkańców przekraczającej 200 tysięcy (blisko 35% ogółu przyjeżdżających).

Tabela nr 8

Charakterystyka turystów krajowych i zagranicznych objętych w 1999 roku badaniem ankietowym nt. „Turystyka w Poznaniu"

Cechy charakteryzujące respondentów	Turyści objęci badaniami					
	krajowi		zagraniczni		ogółem	
	lb	%	lb	%	lb	%
Płeć:						
- kobieta	199	57,3	70	35,4	269	49,4
- mężczyzna	148	42,7	128	64,6	276	50,6
Wiek:						
- do 24 lat	122	35,2	14	7,1	136	25

- 25-34 lata	107	30,8	61	30,8	168	30,8
- 35-44 lata	62	17,9	65	32,8	127	23,3
- 45 i więcej	56	16,1	59	29,8	115	21,1
Wykształcenie:						
- podstawowe	10	2,9	6	3	16	2,9
- zasadnicze zawodowe	18	5,2	14	7,1	32	5,9
- średnie	168	48,4	43	21,7	211	38,7
- wyższe	151	43,5	135	68,2	286	52,5
Zawód:						
- robotnik	30	8,6	5	2,5	35	6,4
- menadżer w firmie prywatnej, uspołecznionej	14	4	47	23,7	61	11,2
- właściciel firmy	6	1,7	4	2	10	1,8
- pracownik administracyjno-biurowy	54	15,6	11	5,6	65	11,9
- urzędnik państwowy, samorządowy	6	1,7	12	6,1	18	3,3
- emeryt, rencista	7	2	10	5,1	17	3,1
- nauczyciel, pracow. naukowy	35	10,1	16	8,1	51	9,4
- wolne zawody	4	1,2	8	4	12	2,2
- pracownik inż.techniczny	62	17,9	26	13,1	88	16,1
- wojskowy, policjant	3	0,9	2	1	5	0,9
- bezrobotny, gospodyni domowa	3	0,9	1	0,5	4	0,7
- lekarz, farmaceuta	10	3,2	6	3	16	2,9
- student, uczeń	79	22,8	10	5,1	89	16,3
- inne zawody	44	12,7	40	20,2	84	15,4
Sytuacja materialna:						
- b.dobra	50	14,4	45	22,7	95	17,4
- dobra	147	42,4	98	49,5	245	45
- średnia	141	40,6	36	18,2	177	32,5
- zła	9	2,6	19	9,6	28	5,1
Miejsce zamieszkania respondenta						
- wieś	19	5,5	10	5,1	29	5,3
- miasto do 10 tys. mieszkańców	19	5,5	19	9,6	38	7
- miasto 10-50 tys.	98	28,2	25	12,6	123	22,6
- miasto 50-100 tys.	56	16,1	19	9,6	75	13,8
- miasto 100-200 tys.	47	13,5	17	8,6	64	11,7
- miasto powyżej 200 tys.	103	29,7	85	42,9	188	34,5
- brak danych	5	1,4	23	11,6	28	5,1
OGÓŁEM:	**347**	**100,0**	**198**	**100,0**	**545**	**100,0**

Źródło: obliczenia S.Bosiackiego na podstawie ankiety „Turystyka w Poznaniu"

Populacja turystów krajowych uczestniczących w omawianym badaniu ankietowym nt. „Turystyka w Poznaniu" obejmuje mieszkańców wszystkich województw (por. tabela nr 9).

Jak wynika z przeprowadzonych badań wśród przyjeżdżających do Poznania turystów krajowych dominują mieszkańcy następujących województw: wielkopolskiego, zachodniopomorskiego, mazowieckiego oraz kujawsko-pomorskiego, którzy stanowią łącznie 62,5% ogółu odwiedzających Poznań. Dość duży udział mają również mieszkańcy województw dolnośląskiego i śląskiego (odpowiednio 7% i 6,7%).

Tabela nr 9

Turyści krajowi odwiedzający Poznań w 1999 roku wg województw (w %)

Lp	Nazwa województwa	Udział turystów danego województwa (w %) w ogólnej liczbie przyjazdów
1	Mazowieckie	11,0
2	Dolnośląskie	7,0
3	Kujawsko-pomorskie	10,8
4	Lubelskie	1,2
5	Lubuskie	4,4
6	Łódzkie	3,8
7	Małopolskie	4,1
8	Opolskie	1,2
9	Podkarpackie	0,9
10	Podlaskie	1,5
11	Pomorskie	3,8
12	Śląskie	6,7
13	Świętokrzyskie	0,3
14	Warmińsko-mazurskie	2,9
15	Wielkopolskie	27,3
16	Zachodniopomorskie	13,4
	Razem:	**100,0**

Źródło: jak w tabeli nr 8

Przeprowadzone badanie ankietowe wśród turystów zagranicznych objęło łącznie przedstawicieli 28 krajów. Najczęściej do Poznania przyjeżdżają, w celach turystycznych obywatele następujących państw:

- Niemiec - 32,1% ogółu przyjeżdżających do Poznania
- Holandii - 9,2%
- Francji - 9,2%
- Wlk.Brytanii - 8,7%
- St.Zjednoczonych - 6,6%
- Włoch - 6,1%

Zwraca uwagę bardzo niewielki udział turystów z państw dawniejszego Związku Radzieckiego (Rosji, Litwy, Łotwy itd.), których dość sporo spotkać można na ulicach Poznania, ale ich pobyt w mieście nie ma najczęściej charakteru turystycznego.

Cytowane badania dały podstawy empiryczne do szczegółowej analizy ruchu turystycznego w Poznaniu, co przy uwzględnieniu innych, oficjalnych danych na ten temat, pozwoliło na pełną ocenę rynku turystycznego w aglomeracji poznańskiej.

2.2. ANALIZA PRZYJAZDÓW TURYSTÓW KRAJOWYCH DO POZNANIA

Badania ogólnopolskie prowadzone od kilku lat przez Instytut Turystyki w Warszawie oraz Ośrodek Badania Opinii Publicznej na temat aktywności turystycznej mieszkańców Polski wykazały, iż w 1998 roku stopa aktywności turystycznej mieszkańców naszego kraju w wieku 15 lat i więcej wyniosła 61%

Według szacunków w krajowych wyjazdach długoterminowych (trwających co najmniej 5 dni) uczestniczyło w 1998 roku - 37% populacji, co stanowi około 11,4 mln osób, które odbyły łącznie 25,1 mln podróży z 241 mln noclegów.

W wyjazdach krótkookresowych uczestniczyło w tymże roku 39% badanych, czyli około 11,9 mln osób, które odbyły 56,4 mln podróży z 92,2 mln noclegów[32].

Rodzi się niejako automatycznie pytanie „jaka część z tych aktywnych turystycznie Polaków odwiedziła w celach turystycznych Poznań w 1998 roku?". Odpowiedź na powyższe pytanie nie jest prosta biorąc pod uwagę fakt, że praktycznie brak jest wiarygodnych danych statystycznych na ten temat. Można jedynie posługiwać się danymi statystycznymi lub też danymi cząstkowymi odnoszącymi się do turystów korzystających z noclegów w hotelach.

Spróbujmy zatem oszacować liczbę turystów przyjeżdżających do Poznania w 1998 roku wykorzystując w tym celu szacunki Instytutu Turystyki w Warszawie i dane GUS o strukturze korzystających z bazy noclegowej.

Można przyjąć, iż spośród 81,5 mln podróży turystycznych, jakie odbyli mieszkańcy Polski w celach turystycznych wewnątrz kraju w 1998 roku, około 3,4 mln dotyczyło dawniejszego województwa poznańskiego. Biorąc pod uwagę to, iż w 1998 roku na jednego turystę krajowego przypadało średnio około 3,5 odbytych w ciągu roku podróży można przyjąć, że dawne województwo poznańskie w 1998 roku odwiedziło w celach turystycznych blisko 1 mln Polaków, z czego około 65% odwiedziło Poznań, co oznacza 650 tysięcy turystów krajowych w ciągu roku[33].

Średnio w ciągu statystycznej doby w 1998 roku odwiedziło Poznań w celach turystycznych około 1800 turystów krajowych.

Oczywiście przytoczoną wielkość krajowego rynku turystycznego do Poznania w 1998 roku należy traktować dość ostrożnie z uwagi na wymienione wcześniej niedostatki oficjalnej statystyki GUS.

2.2.1. Charakterystyka pobytów turystów krajowych w Poznaniu w 1999 roku.

Z uwagi na brak jakichkolwiek danych na badany temat w tej części pracy wykorzystano wyniki opisanych już wcześniej badań pt. „Turystyka w Poznaniu".

Cel przyjazdów turystycznych.

Przeprowadzone badania ankietowe wykazały, iż najczęściej celem przyjazdu do Poznania jest:

---

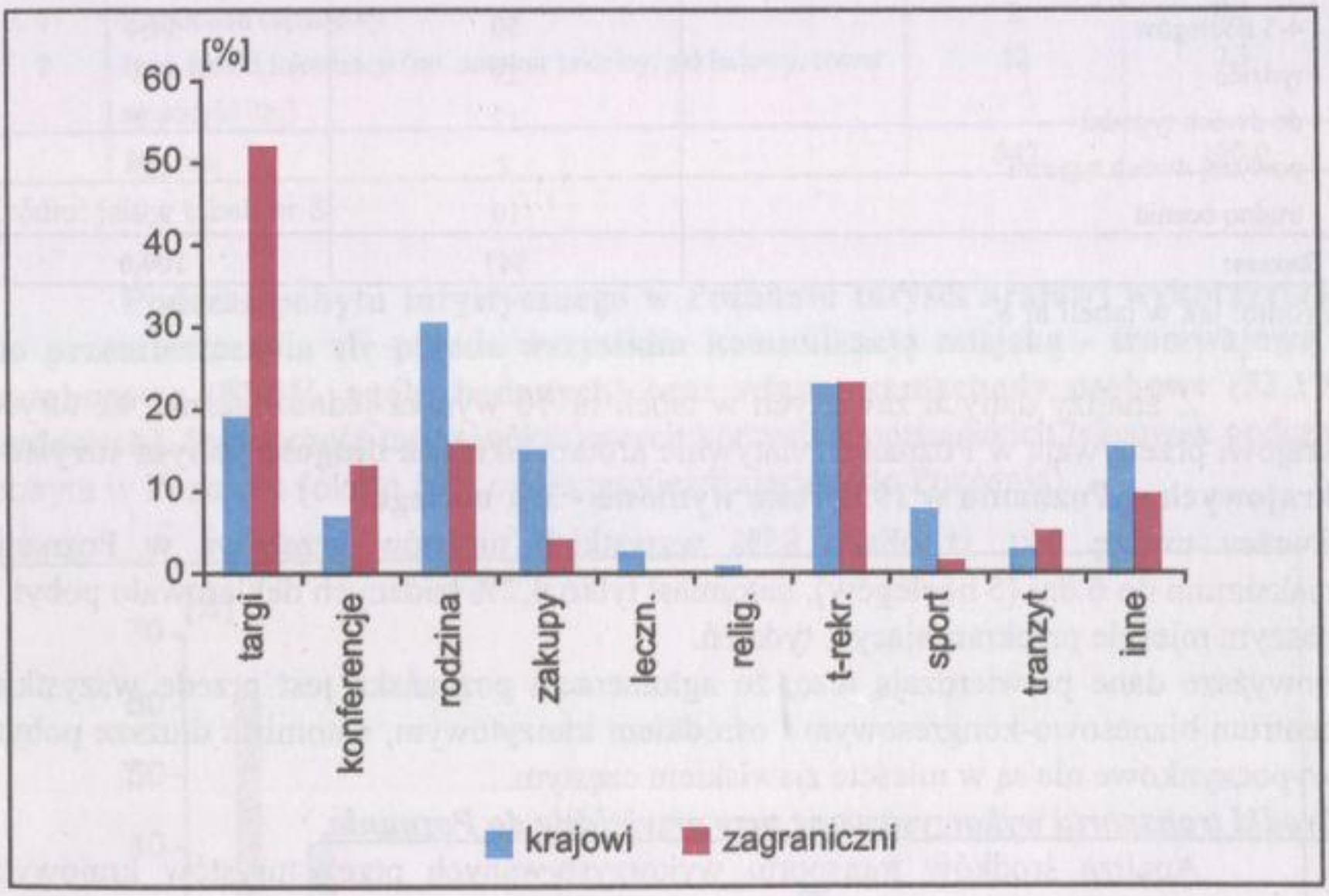
[32] Por. *Turystyka Polska - 1998*, Urząd Kultury Fizycznej i Turystyki, Warszawa 1999, s.21.

[33] Powyższych wyliczeń dokonano na podstawie udziału turystów krajowych korzystających w 1998 roku z bazy noclegowej w Poznaniu w ogólnej liczbie turystów krajowych korzystających z bazy noclegowej w dawnym województwie poznańskim, który to udział wynosił około 65%.

- **chęć odwiedzenia rodziny i znajomych: 30,8% ogółu badanych;**
- **chęć zwiedzenia Poznania: 23,3% odpowiedzi;**
- **udział w imprezach targowych organizowanych przez MTP: 19,3% odpowiedzi;**
- **chęć dokonania zakupów w Poznaniu: 15,3% odpowiedzi.**

W celach konferencyjnych i kongresowych przyjechało w 1999 roku 7,2% badanych, a miasto Poznań jako punkt tranzytowy w podróży wybrało 3,2% respondentów. Spora grupa turystów krajowych (ponad 8%) przyjeżdża do Poznania w celach sportowych (zawodnicy uczestniczący w rozgrywkach ligowych, kibice na imprezy sportowe).

Aż 15,6% badanych wskazało na inne cele swego przyjazdu do Poznania. Są to przede wszystkim przedsiębiorcy załatwiający w Poznaniu swoje sprawy biznesowe.



Wykres nr 1. Cel przyjazdu turystów do Poznania w 1999 roku
Źródło. Wyniki badań ankietowych „Turystyka w Poznaniu", Instytut Turystyki, Poznań 1999.

Częstotliwość przyjazdów.

Większość turystów krajowych odwiedzających Poznań przyjeżdża do naszego miasta wielokrotnie. Regularnie odwiedza Poznań 37,5% badanych turystów, głównie biznesmenów, naukowców oraz osób mających w Poznaniu rodziny lub znajomych. Po raz pierwszy przyjeżdża do Poznania nieco ponad 9% ogółu turystów krajowych.

Organizacja przyjazdu.

Turyści krajowi najczęściej przybywają do Poznania bez osób towarzyszących, czyli samotnie (49,6% ogółu odpowiedzi) lub też z rodziną i przyjaciółmi (38,6% odpowiedzi).

Jedynie 11,8% badanych przybyło do Poznania w grupach zorganizowanych, najczęściej poprzez biura podróży, szkoły i zakłady pracy. Można zatem powiedzieć, iż

w przyjazdach do Poznania dominują przyjazdy indywidualne, organizowane bez pośrednictwa wyspecjalizowanych firm turystycznych.

Czas pobytu w Poznaniu

Ankietowani turyści przebywali w Poznaniu najczęściej 2-3 dni, co wiąże się ze wskazanymi celami przyjazdów do naszego miasta (odwiedziny rodziny, znajomych, targi, turystyka i rekreacja).

Tabela nr 10

Czas pobytu turystów krajowych w Poznaniu w 1999 roku

Czas pobytu w Poznaniu - liczba noclegów	Odpowiedzi ankietowanych	
	lb	%
- 1 nocleg	86	24,8
- 2-3 noclegi	158	45,5
- 4-5 noclegów	50	14,4
- tydzień	29	8,4
- do dwóch tygodni	12	3,3
- powyżej dwóch tygodni	2	0,6
- trudno ocenić	10	2,9
Razem:	**347**	**100,0**

Źródło: jak w tabeli nr 8.

Z analizy danych zawartych w tabeli nr 10 wynika jednoznacznie, że turyści krajowi przebywają w Poznaniu relatywnie krótko. **Średnia długość pobytu turystów krajowych w Poznaniu w 1999 roku wyniosła - 3, 1 noclegu.**

Zwraca uwagę fakt, iż blisko 85% wszystkich turystów przebywa w Poznaniu maksimum do 6 dni (5 noclegów), natomiast tylko 4,2% badanych deklarowało pobyt w naszym mieście przekraczający 1 tydzień.

Powyższe dane potwierdzają tezę, że aglomeracja poznańska jest przede wszystkim centrum biznesowo-kongresowym i ośrodkiem tranzytowym, natomiast dłuższe pobyty wypoczynkowe nie są w mieście zjawiskiem częstym.

Środki transportu wykorzystywane przy przyjeździe do Poznania.

Analiza środków transportu wykorzystywanych przez turystów krajowych przyjeżdżających w 1999 roku do Poznania wskazuje, **że najpopularniejszym środkiem transportu jest kolej (56,2% ogółu przyjazdów) i samochód prywatny (34,6% odpowiedzi).**

Z danych zawartych w tabeli nr 11 wynika jednoznacznie, że w turystyce krajowej do Poznania liczą się trzy podstawowe środki transportu: kolej, samochody prywatne i komunikacja autobusowa. Niewielkie znaczenie ma transport lotniczy, z którego usług skorzystało zaledwie 2,3% ankietowanych. Trudno się temu zjawisku dziwić zważywszy na wysokie ceny usług transportu lotniczego i brak regularnych połączeń Poznania z wieloma ośrodkami miejskimi w Polsce.

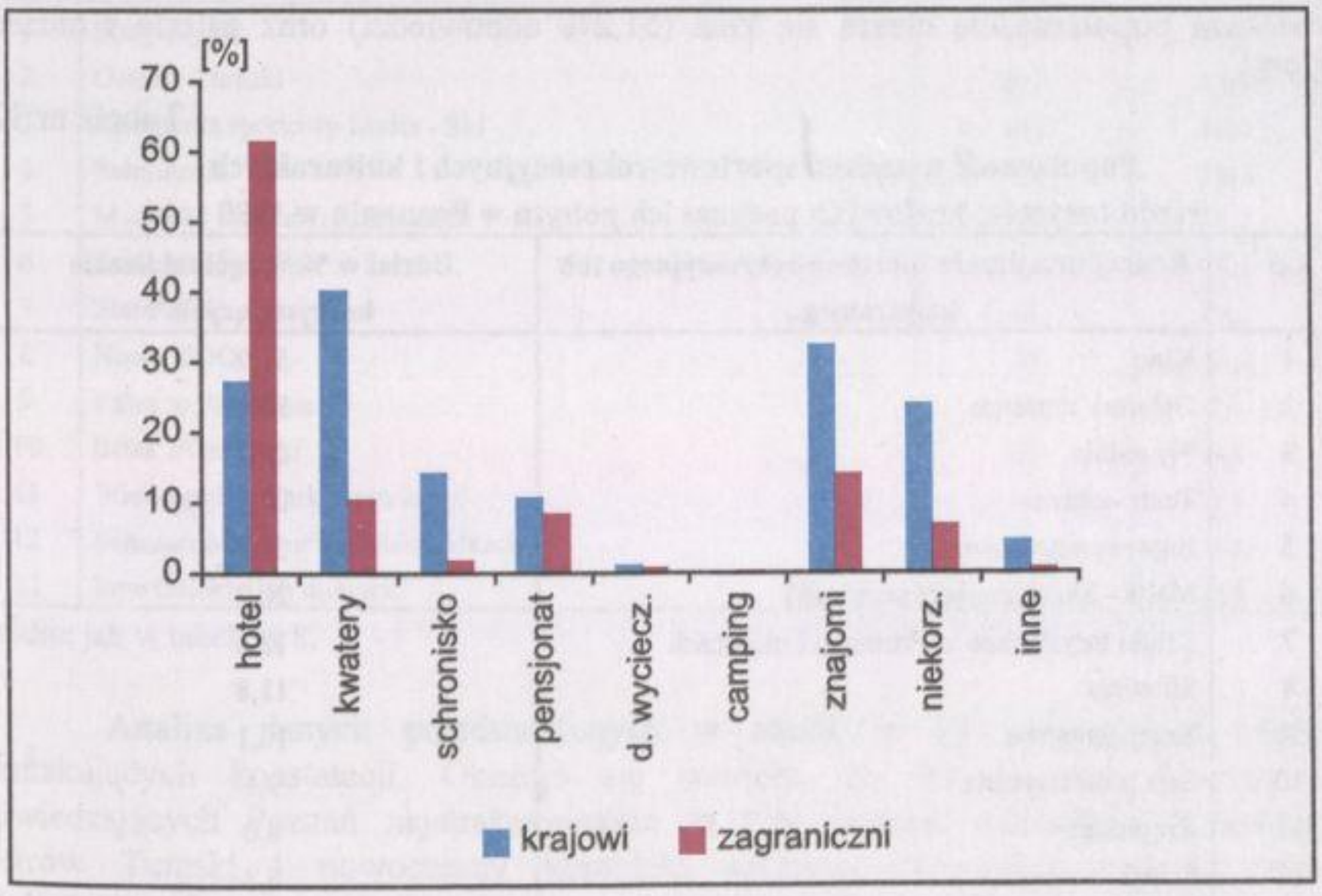
Tabela nr 11

Środki transportu wykorzystywane przez turystów krajowych w 1999 roku przy przyjazdach do Poznania

Lp	Rodzaj środka transportu przy przyjeździe do Poznania	Odpowiedzi ankietowanych	
		lb	%
1	Polskie Koleje Państwowe	195	56,2
2	Regularne linie autobusowe - PKS	27	7,8
3	Autokar biura podróży	22	6,3
4	Samochód osobowy - prywatny	120	34,6
5	Samolot	8	2,3
6	Samochód osobowy - wypożyczony	7	2,0
7	Samochód ciężarowy	2	0,6
8	Inne środki lokomocji (np. autokar szkolny, zakładowy, rower motocykl itp.)	12	2,3
	Razem:	**347**	**100,0**

Źródło: jak w tabeli nr 8.

Podczas pobytu turystycznego w Poznaniu turyści krajowi wykorzystują do przemieszczania się przede wszystkim komunikację miejską - tramwajową i autobusową (55,8% ogółu badanych) oraz własne samochody osobowe (33,1% badanych). Spora część turystów krajowych korzysta z poznańskich taksówek podczas pobytu w Poznaniu (około 14% ogółu przyjeżdżających do Poznania).



Wykres nr 2. Korzystanie przez turystów z obiektów noclegowych w trakcie pobytu w Poznaniu w 1999 roku.

Źródło. Wyniki badań ankietowych „Turystyka w Poznaniu", Instytut Turystyki, Poznań 1999

Baza noclegowa wykorzystywana przez turystów krajowych podczas pobytu w Poznaniu.

Turyści krajowi przybywający w 1999 roku do Poznania najczęściej korzystali z zakwaterowania w kwaterach prywatnych wynajętych w biurze zakwaterowania (25,8% ogółu badanych), a w następnej kolejności korzystali z noclegów u rodziny i znajomych (20,8% odpowiedzi) oraz z noclegów w poznańskich hotelach (17,5% ankietowanych). W schroniskach młodzieżowych nocowało 9,2% badanych turystów, a w podmiejskich pensjonatach - 7%. Zakwaterowanie w domach wypoczynkowych oraz na campingach cieszyło się niewielkim zainteresowaniem turystów krajowych. Z tych form zakwaterowania skorzystało 1,7% ogółu badanych.

Baza żywieniowa wykorzystywana przez turystów krajowych podczas pobytu w Poznaniu.

Podczas pobytu w Poznaniu turyści krajowi najczęściej korzystali w 1999 roku z usług ogólnodostępnej sieci gastronomicznej (36,3% odpowiedzi), a w dalszej kolejności z wyżywienia u rodziny i znajomych (21% odpowiedzi). Dość znaczny odsetek osób korzystał z restauracji, barów znajdujących się w zakładach hotelarskich (20,2% ogółu odpowiedzi). We własnym zakresie żywiło się 19,4% respondentów.

Baza sportowo-rekreacyjna i kulturalna wykorzystywana w 1999 roku przez turystów krajowych w Poznaniu.

Z przeprowadzonych badań wynika, że **17,3% turystów krajowych nie korzysta podczas pobytu w naszym mieście z jakichkolwiek urządzeń sportowo-rekreacyjnych i kulturalnych.** Wśród osób korzystających z w/w obiektów największą popularnością cieszą się kina (51,2% odpowiedzi) oraz galerie i muzea (36,9%).

Tabela nr 12

Popularność urządzeń sportowo-rekreacyjnych i kulturalnych wśród turystów krajowych podczas ich pobytu w Poznaniu w 1999 roku

Lp	Rodzaj urządzenia sportowo-rekreacyjnego lub kulturalnego	Udział w % w ogólnej liczbie korzystających *
1	Kino	51,2
2	Galeria - muzeum	36,9
3	Pływalnie	28,2
4	Teatr - opera	26,1
5	Imprezy estradowe	21,3
6	Malta - Ski (kompleks urządzeń)	20,2
7	Szlaki turystyczne w Poznaniu i okolicach	12,2
8	Siłownia	11,8
9	Korty tenisowe	10,1
10	Sala gimnastyczna	9,1
11	Kręgielnia	8,0
12	Ścieżki rowerowe	6,3
13	Boisko do gier zespołowych	4,8
14	Inne	9,1

* Ankietowani podczas pobytu mogli korzystać z wielu urządzeń, stąd odsetek odpowiedzi jest większy niż 100%.

Analiza danych przytoczonych w tabeli nr 12 wskazuje, że turyści krajowi przebywający w Poznaniu najczęściej swój czas wolny spędzają w sposób tradycyjny (kino, teatr, impreza estradowa), ale coraz większą popularność zyskują urządzenia i obiekty pozwalające na aktywny wypoczynek fizyczny (siłownie, pływalnie, korty itp.). Trzeba jednak podkreślić, że uczestnictwo w aktywnych ruchowo formach spędzania czasu wolnego zależy przede wszystkim od dostępności tego typu infrastruktury w aglomeracji poznańskiej.

Respondenci pytani o udział w kilkugodzinnych wycieczkach organizowanych przez poznańskie biura podróży lub hotele, po Poznaniu i jego najciekawszych okolicach, najczęściej odpowiadali negatywnie (94,7% odpowiedzi). Jedynie niewiele ponad 5% turystów krajowych podczas pobytu w Poznaniu skorzystało z wycieczek organizowanych przez biura podróży lub obiekty hotelarskie.

Atrakcje turystyczne odwiedzane w 1999 roku przez turystów krajowych podczas ich pobytu w Poznaniu.

Podczas pobytu w Poznaniu turyści krajowi kierują się do różnych miejsc i obiektów, tych polecanych przez przewodniki turystyczne oraz przyjaciół, znajomych, a także znajdujących się w ofercie firm turystycznych.

Tabela nr 13

Najpopularniejsze obiekty i miejsca odwiedzane w 1999 roku przez turystów krajowych przyjeżdżających do Poznania

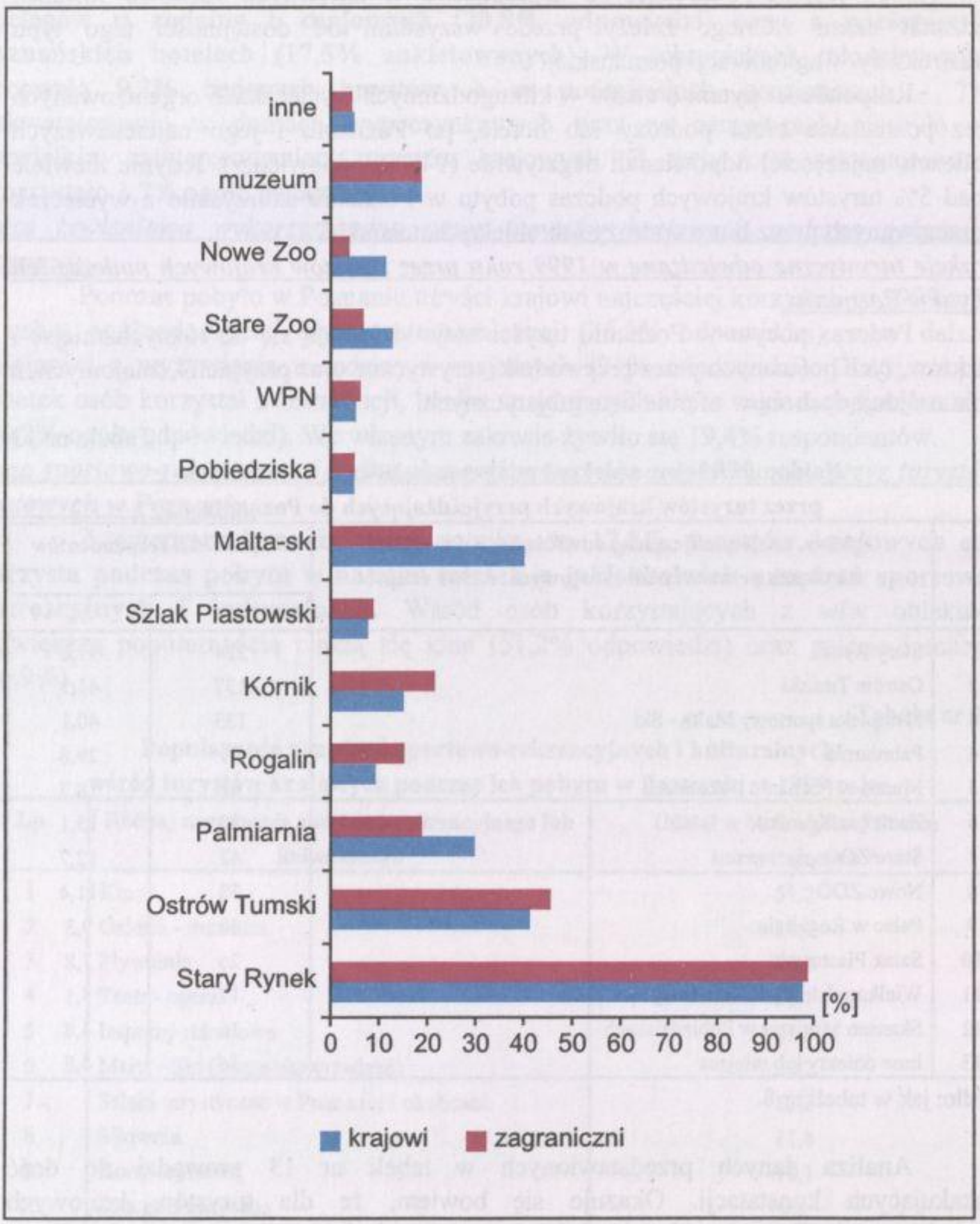
Lp	Obiekty, miejsca najczęściej odwiedzane w Poznaniu i okolicach przez turystów krajowych w 1999 roku	Odpowiedzi respondentów	
		lb	%
1	Stary Rynek	324	97,6
2	Ostrów Tumski	137	41,3
3	Kompleks sportowy Malta - Ski	133	40,1
4	Palmiarnia	99	29,8
5	Muzea w Poznaniu i okolicach	62	18,7
6	Zamek w Kórniku	50	15,1
7	Stare ZOO	42	12,7
8	Nowe ZOO	38	11,4
9	Pałac w Rogalinie	31	9,3
10	Szlak Piastoswki	26	7,8
11	Wielkopolski Park Narodowy	17	5,1
12	Skansen Miniatur w Pobiedziskach	16	4,8
13	Inne obiekty lub miejsca	16	4,8

Źródło: jak w tabeli nr 8.

Analiza danych przedstawionych w tabeli nr 13 prowadzi do dość zaskakujących konstatacji. Okazuje się bowiem, że dla turystów krajowych odwiedzających Poznań najatrakcyjniejsze są trzy miejsca: poznańska Starówka, Ostrów Tumski i nowoczesny kompleks sportowo-rekreacyjny nad jeziorem Maltańskim. Sporą popularnością cieszy się również Palmiarnia oraz obchodzący w tym roku jubileusz 125-lecia Ogród Zoologiczny w Poznaniu. Turyści odwiedzający Poznań bardzo chętnie odwiedzają atrakcje turystyczne zlokalizowane w gminach

sąsiadujących z Poznaniem, wśród nich przede wszystkim: Zamek w Kórniku, Pałac w Rogalinie, Szlak Piastowski, Skansen Miniatur w Pobiedziskach, czy wreszcie WPN.

Sporym zainteresowaniem turystów cieszą się muzea poznańskie oraz te zlokalizowane w okolicach miasta.



Wykres nr 3. Miejsca i obiekty najczęściej zwiedzane przez turystów krajowych i zagranicznych
Źródło. Wyniki badań ankietowych „Turystyka w Poznaniu", Instytut Turystyki, Poznań 1999.

Ranking najbardziej popularnych miejsc i obiektów odwiedzanych przez turystów krajowych winien stać się podstawą dla określenia strategii promocji turystycznej Poznania, a także konkretnych działań władz miejskich w tym zakresie.

Wydatki ponoszone w 1999 roku przez turystów krajowych odwiedzających Poznań.

Jak już wcześniej zaznaczono badani przebywali w Poznaniu średnio 4 doby (3, 1 noclegów), co niejako automatycznie kształtowało ich wydatki związane z tymi pobytami.

Tabela nr 14

Wydatki ponoszone przez turystów krajowych odwiedzających Poznań w 1999 roku

Poziom łącznych wydatków podczas pobytu w Poznaniu w złotych	% odpowiedzi ankietowanych
do 200 zł	39,1
201 - 400 zł	19,4
401 - 600 zł	13,8
601 - 800 zł	8,0
801 - 1000 zł	4,0
1001 - 1500 zł	8,0
powyżej 1500 zł	7,7

Źródło: jak w tabeli nr 8.

Turyści krajowi przebywający w Poznaniu najczęściej wydają mniej niż 200 złotych na pokrycie kosztów ich pobytu w naszym mieście (39,1% ogółu ankietowanych).

Ponad 72% ogółu badanych turystów nie wydało w Poznaniu więcej niż 600 zł, co w przeliczeniu na jeden dzień dałoby ca 150 zł. Tylko niewielka część odwiedzających Poznań przeznacza na pobyt w tym mieście relatywnie duże środki finansowe (powyżej 1000 zł). Z badań wynika, że są to turyści zamieszkujący w poznańskich hotelach, przyjeżdżający do naszego miasta na co najmniej tydzień i dla których celem przyjazdu są sprawy biznesowe, w szczególności udział w imprezach targowych.

W strukturze wydatków turystów krajowych odwiedzających Poznań dominują wydatki na zakup usług noclegowych i żywieniowych, oraz usług komunikacyjnych. Uczestnicy imprez targowych przeznaczają część swoich wydatków na usługi kulturalne (20,9% ankietowanych wydaje na ten cel powyżej 100 zł podczas pobytu w Poznaniu).

2.2.2. Segmentacja turystów krajowych na rynku turystycznym miasta Poznania.

Segment turystów odwiedzających Poznań jest wielce zróżnicowany z punktu widzenia ich cech społeczno-demograficznych, ekonomicznych, jak również z punktu widzenia motywacji, które skłaniają do przyjazdu do Poznania.

Jak już uprzednio zaznaczono wśród turystów krajowych odwiedzających Poznań dominują trzy podstawowe grupy:

- turyści odwiedzający rodziny i znajomych (30,8% ogółu przyjeżdżających);
- turyści biznesowi (targi, konferencje - 26,5% turystów);
- turyści przyjeżdżający w celach wypoczynkowo - poznawczych i sportowo - rekreacyjnych oraz kulturalnych (31,4% przyjeżdżających).

Część turystów niejako przy okazji pobytu w Poznaniu dokonuje różnorodnych zakupów (15,3% turystów podaje ten cel jako jeden z tych, które skłoniły ich do przyjazdu do naszego miasta).

Istotną grupą turystów dla strategii rozwoju rynku turystycznego w Poznaniu są turyści tranzytowi, którzy obecnie nie są dość liczni, ale trzeba podkreślić, iż przejazdy tranzytowe przez aglomerację poznańską w ciągu każdej doby liczone są w tysiącach, jednak ich uczestnicy nie zatrzymują się najczęściej w Poznaniu na choćby jeden nocleg. Przygotowanie atrakcyjnej oferty dla turystów krajowych przejeżdżających przez Poznań, w szczególności z województw południowej Polski do miejscowości nadmorskich, pozwoliłoby na „przechwycenie" przez poznański rynek turystyczny znacznej części wydatków, jakie ponosi ta grupa podczas swoich podróży turystycznych.

Spróbujmy bliżej określić cechy charakterystyczne wymienionych segmentów turystów krajowych dominujących na poznańskim rynku turystycznym, z uwzględnieniem cech szczegółowych charakteryzujących turystów.

I tak, ***grupę turystów*** dla których celem przyjazdu do Poznania były ***cele stricte turystyczne i sportowo-rekreacyjne oraz kulturalne***, stanowią przede wszystkim osoby w wieku poniżej 24 lat oraz w przedziale 25-34 lat, z wykształceniem średnim i rzadziej wyższym; o średnim statusie materialnym. Są to w większości mieszkańcy ośrodków miejskich, o liczbie mieszkańców 10 - 50 tysięcy lub dużych aglomeracji o liczbie mieszkańców powyżej 200 tys.

Turyści odwiedzający Poznań w celach turystyczno-rekreacyjnych lub sportowo-kulturalnych najczęściej przebywają w mieście dzień lub dwa-trzy dni (odpowiednio 65,4% badanych i 89,3%). Turyści, którzy odwiedzają Poznań w celach turystyczno-rekreacyjnych korzystają przede wszystkim z następujących form zakwaterowania: kwatery prywatne wynajęte przez biuro zakwaterowań lub biuro podróży; noclegi u rodziny lub znajomych; hotele i motele.

Podobne formy zakwaterowania preferują turyści dla których głównym celem przyjazdu do Poznania był cel sportowo-kulturalny.

Omawiane grupy turystów podczas pobytu w Poznaniu preferują następujące atrakcje turystyczne: Stary Rynek i okolice (96% w/w grupy), Ostrów Tumski (66,7% odwiedzających spośród tej grupy turystów), kręgielnie np. NIKU (45,7%), Palmiarnię (38,3%), muzea (34,6%).

Jedynie 7,4% tej grupy turystów korzysta podczas pobytu w Poznaniu z wycieczek kilkugodzinnych lub dłuższych, organizowanych przez poznańskie firmy turystyczne po Poznaniu i najciekawszych miejscach Wielkopolski.

Analizowana grupa turystów krajowych podczas pobytu w Poznaniu najchętniej odwiedza galerie i muzea oraz poznańskie kina. Dość dużą popularnością cieszą się pływalnie (kryte i otwarte), które odwiedziło podczas pobytu w Poznaniu - 29,6% przedstawicieli tego segmentu rynku.

Kolejnym istotnym segmentem konsumentów dla poznańskiego rynku turystycznego w ramach turystyki krajowej jest tzw. ***segment turystyki biznesowej***, obejmujący uczestników różnorodnych imprez targowych, osoby przyjeżdżające w celach biznesowych poza targami, czy wreszcie osoby przyjeżdżające do Poznania na różnego rodzaju kongresy, konferencje i szkolenia.

W wyżej wymienionych celach przyjeżdżają do Poznania w równym stopniu kobiety, jak i mężczyźni.

Wśród uczestników imprez targowych najczęściej spotyka się osoby w przedziale wieku 25-44 lata (68,7% ogółu), natomiast wśród uczestników kongresów, konferencji i szkoleń przeważają osoby w wieku 25-34 lata (52% ogółu respondentów podających ten cel przyjazdu). Uczestnikami imprez targowych oraz kongresów i konferencji są w zdecydowanej większości osoby legitymujące się wyższym wykształceniem (odpowiednio 67,2% i 88% badanych), które oceniają swoją sytuację materialną jako dobrą.

Przedstawiciele segmentu turystyki biznesowej na poznańskim rynku turystycznym to przede wszystkim przedstawiciele dużych ośrodków miejskich, o liczbie mieszkańców powyżej 100 tysięcy (odpowiednio w turystyce targowej - 64,2% badanych; w turystyce kongresowej - 76% ankietowanych respondentów).

Przedstawiciele tej grupy turystów krajowych korzystają przede wszystkim z noclegów w hotelach (55% uczestników imprez targowych i 96% uczestników konferencji, kongresów), a w następnej kolejności z noclegów w kwaterach prywatnych wynajmowanych poprzez biuro zakwaterowań lub biura podróży.

W/w turyści uczestniczą w minimalnym stopniu w wycieczkach po Poznaniu i jego okolicach (odpowiednio 3,1% turystów targowych i 4% turystów kongresowych), co powinno skłonić poznańskie biura podróży i zakłady hotelarskie do przygotowania specjalnej, atrakcyjnej oferty wycieczek dla tego segmentu rynku.

Segmentem rynkowym mającym najistotniejsze znaczenie dla poznańskiego rynku turystycznego jest grupa konsumentów - turystów, którzy przyjeżdżają do Poznania ***w celu odwiedzenia rodziny lub znajomych*** (30,8% ogółu przyjeżdżających w 1999 roku).

Większość tego typu turystów przebywa w naszym mieście 4-5 dni, korzystając głównie z gościny rodziny lub znajomych (81,1% badanych) oraz z kwater prywatnych oferowanych przez biuro zakwaterowań. Podczas pobytu w Poznaniu ta grupa turystów krajowych korzystała w 1999 roku z następujących form spędzania czasu wolnego: kino (61,7% respondentów), zwiedzanie galerii, muzeów (34%), udział w imprezach estradowych (33%), pływalnie (28,7%).

Minimalna część odwiedzających rodziny lub znajomych w czasie pobytu w Poznaniu korzysta z wycieczek organizowanych przez biura podróży (3,8%). Podobnie, jak uprzednio omówione grupy, także odwiedzający w Poznaniu rodziny i znajomych swój czas wolny przeznaczają na odwiedzenie poznańskiej Starówki (98% respondentów z tej grupy), a dalszej kolejności: kompleksu sportowo-rekreacyjnego Malta-Ski (60,7% odpowiedzi), Ostrowa Tumskiego (47,7%) i Palmiarni (36,4%). Stosunkowo niewielkim zainteresowaniem tej grupy turystów cieszą się obiekty turystyczne położone w okolicach Poznania (Kórnik, Rogalin, WPN, Skansen w Pobiedziskach).

Dużą atrakcją turystyczną dla omawianej grupy turystów jest Ogród Zoologiczny, który odwiedziło 34,6% ankietowanych.

Wśród turystów, którzy przyjeżdżają do Poznania w celu odwiedzenia rodziny lub znajomych i przy okazji poznania różnych atrakcji miasta dominują osoby: młode w wieku do 34 lat, najczęściej ze średnim wykształceniem, o zadawalającym i dobrym statusie materialnym, będący mieszkańcami miast o liczbie mieszkańców od 10 tysięcy do 100 tysięcy.

Biorąc pod uwagę poszczególne cechy demograficzne i społeczno-ekonomiczne charakteryzujące turystów krajowych przyjeżdżających do Poznania można określić **cechy tzw. najczęściej spotykanego w naszym mieście turysty**.
I tak, biorąc pod uwagę płeć turystów można na podstawie przeprowadzonych badań stwierdzić, **że do Poznania nieco częściej przyjeżdżają w celach turystycznych kobiety, niż mężczyźni**.
Aż 66% odwiedzających turystycznie nasze miasto stanowią osoby w wieku do 34 lat, przy czym 35% stanowi młodzież szkolna i akademicka. **Turyści starsi wiekiem (powyżej 45 lat) dość rzadko przyjeżdżają do Poznania w celach turystycznych**.

Zdecydowaną większość turystów krajowych, którzy przyjeżdżają do Poznania **stanowią osoby ze średnim i wyższym wykształceniem**(aż 92%).
Aglomeracja poznańska jest odwiedzana przez turystów krajowych o dobrej (42% respondentów) **i zadowalającej sytuacji materialnej** (40,9%), co oznacza, że oferta usługodawców na poznańskim rynku winna uwzględniać preferencje tych grup konsumentów. **Wśród turystów dominują studenci i uczniowie szkół średnich oraz pracownicy administracyjni i inżynieryjno-techniczni zatrudnieni w firmach**.

Poznań jako centrum turystyczne cieszy się nikłym zainteresowaniem mieszkańców wsi (tylko 5,6% spośród ogółu przyjeżdżających do tego miasta), z wyjątkiem targów POLAGRA, które cieszą się sporym zainteresowaniem tej grupy społecznej, ale są to przyjazdy kilkugodzinne nie absorbujące infrastruktury turystycznej.

Turyści krajowi przyjeżdżający do Poznania, **to przede wszystkim mieszkańcy województwa wielkopolskiego oraz województw: zachodniopomorskiego, kujawsko-pomorskiego, mazowieckiego, dolnośląskiego i śląskiego**. Zwraca uwagę relatywnie niewielki udział turystów z województwa lubuskiego, ale być może dla tej grupy atrakcyjność turystyczna naszego miasta nie jest tak duża, jak innych regionów np. nadmorskiego, górskiego.

Oczywiście przytoczone dane o podstawowych segmentach konsumenckich występujących w turystyce krajowej na poznańskim rynku turystycznym należy traktować bardzo ostrożnie, z uwagi na fakt, iż są one oparte na wynikach jednorazowych badań ankietowych pt. „Turystyka w Poznaniu". Dopiero prowadzenie tego rodzaju badań przez kilka lat pozwoliłoby na jednoznaczne i w pełni wiarygodne określenie nie tylko głównych segmentów rynkowych, ale również ich szczegółowych cech.

2.3. ANALIZA PRZYJAZDÓW TURYSTÓW ZAGRANICZNYCH DO POZNANIA

Z badań Instytutu Turystyki w Warszawie wynika, że w latach 1996-1998 przyjeżdżało do Polski corocznie około 19 mln turystów zagranicznych, wśród których dominowali mieszkańcy państw powstałych z dawnego ZSRR oraz Niemcy.

W ostatnich latach notuje się mniej więcej stałą liczbę turystów niemieckich odwiedzających Polskę, natomiast w odniesieniu do turystów z krajów byłego ZSRR oraz Czech i Słowacji odnotowuje się pewien spadek przyjazdów (z wyjątkiem przyjazdów z Litwy). Corocznie wzrasta liczba turystów odwiedzających Polskę, którzy są obywatelami państw zachodnioeuropejskich oraz państw z Ameryki Północnej.

Tabela nr 15

Przyjazdy turystów zagranicznych do Polski (przynajmniej jeden nocleg spędzony w Polsce) w latach 1996-1998, w tys.osób

Kraje	Przyjazdy w tys.osób w latach			Wskaźnik dynamiki 1996-100 (w %)
	1996	1997	1998	
Ogółem wszystkie kraje; w tym:	19410	19520	18780	96,8
- Niemcy	6660	6650	6700	100,6
- Kraje powstałe z byłego ZSRR, z tego:	9160	9260	8390	91,6
- Rosja	1800	1600	1360	75,6
- Białoruś	2280	2335	1730	75,9
- Ukraina	3200	3285	3180	99,4
- Litwa	985	1100	1140	115,7
- Czechy	425	360	340	80,0
- Słowacja	125	90	100	80,0
- Pozostałe kraje	3040	3160	3250	106,9

Źródło: W.Bartoszewicz: *Cele, motywy i formy przyjazdów do Polski w 1998 roku.* Instytut Turystyki, Warszawa 1999 r., (Zeszyty Statystyczne), s.19.

Z cytowanych badań Instytutu Turystyki wynika, że w latach 1997-1998 miastami najczęściej odwiedzanymi przez turystów zagranicznych były:

⇒ Warszawa 22% ogółu turystów zagranicznych
⇒ Lublin 9%
⇒ Kraków, Poznań po 7,4%
⇒ Gdańsk, Łódź po 6%
⇒ Białystok 6%
⇒ Częstochowa 4,6%
⇒ Wrocław 4,5%[34]

Przeliczając powyższe wskaźniki na konkretne liczby turystów można szacować, że w omawianym okresie odwiedziło Poznań w ciągu roku 1,4 mln turystów zagranicznych, którzy spędzili w Poznaniu lub jego najbliższych okolicach minimum 1 nocleg.

Wydaje się, że oszacowana przez Instytut Turystyki wielkość przyjazdów turystów zagranicznych do Poznania jest zdecydowanie zawyżona, zważywszy na fakt, iż w 1998 roku wg danych GUS z wszystkich zarejestrowanych obiektów noclegowych skorzystało w dawniejszym województwie poznańskim łącznie w ciągu roku **około 173 tysięcy turystów zagranicznych**, a wg szacunków w nowopowstałym województwie wielkopolskim nieco ponad 187 tysięcy.[35]

Z tych samych danych GUS-u wynika, że większość turystów zagranicznych korzysta z obiektów noclegowych w Poznaniu i jego najbliższych okolicach.

I tak, z noclegów w poznańskich hotelach skorzystało w 1998 roku wg danych GUS ponad 132 tys. turystów zagranicznych, którym udzielono 228 tysięcy noclegów. **Średnio jeden turysta zagraniczny spędził w poznańskich hotelach 1,7 noclegu**[36]. Pozostali turyści zagraniczni korzystali z noclegów w innych obiektach turystycznych

---

[34] Por. W.Bartoszewicz: *Cele, motywy i formy...*, op.cit s.59.
[35] Turystyka w 1998 roku. GUS, Warszawa 1999, tab. 4/18, s.102 i tab. 6/64, s.220.
[36] Turystyka w 1998 roku. GUS, Warszawa 1999.

(motele, pensjonaty, domy wycieczkowe, schroniska młodzieżowe, ośrodki wczasowe i szkoleniowo-wypoczynkowe, campingi, pokoje gościnne itd.)

Przyjmując, że dość spora liczba turystów zagranicznych korzysta z noclegów w pokojach gościnnych, niezarejestrowanych (głównie turyści z Europy Wschodniej przyjeżdżający do Poznania w celach handlowych), a także to że część odwiedza swoich krewnych i znajomych korzystając z ich gościnności w czasie pobytu w Poznaniu, to szacunkowa łączna wielkość turystów zagranicznych odwiedzających Poznań w ciągu 1998 roku wyniosłaby ca 500-550 tysięcy osób.

Wydaje się zatem, iż dane Instytutu Turystyki w Warszawie oparte na badaniach ankietowych przeprowądzonych na przejściach granicznych są w tym zakresie mocno zniekształcone, ponieważ spora część ankietowanych przejeżdżała zapewne przez Poznań, ale nie zatrzymywała się w nim na nocleg.

Z danych Instytutu Turystyki wynika, że Poznań odwiedzili w 1998 roku (a także w latach poprzednich) głównie Niemcy (11,9% w 1998 roku ogółu Niemców przyjeżdżających do Polski) oraz obywatele innych krajów Europy Zachodniej (6,6%). Coraz większą popularnością cieszy się nasze miasto wśród obywateli państw powstałych z dawnego ZSRR, zwłaszcza wśród Rosjan, Białorusinów i Litwinów. Dla tej grupy turystów zagranicznych Poznań, to przede wszystkim miejsce realizacji różnego rodzaju transakcji handlowych, a nie miejsce wypoczynku i zwiedzania.

2.3.1. Charakterystyka przyjazdów i pobytów turystów zagranicznych w Poznaniu w 1999 r.

W tej części opracowania posłużono się wynikami badań ankietowych nt. „Turystyka w Poznaniu", przeprowadzonych w okresie od maja do września 1999 roku w Poznaniu wśród turystów zagranicznych oraz wykorzystano dane pochodzące z cytowanych już badań granicznych Instytutu Turystyki z lat 1996-1998. Podobnie, jak w badaniach Instytutu Turystyki w Warszawie, jednym z istotnych problemów uwzględnianych w ankiecie „Turystyka w Poznaniu" było ***określenie celów przyjazdu turystów zagranicznych do Poznania.***

Tabela nr 16

Cele przyjazdów turystów zagranicznych do Poznania w 1999 roku

Lp	Deklarowane przez turystów zagranicznych cele przyjazdu do Poznania	% odpowiedzi badanych
1	Udział w imprezach targowych	52,0
2	Turystyka, wypoczynek	23,2
3	Odwiedziny krewnych, znajomych	15,7
4	Konferencje, kongresy	13,1
5	Tranzyt	5,1
6	Zakupy	4,0
7	Udział w imprezach sportowych	1,5
8	Inne cele	9,6

Źródło: jak w tabeli nr 8.

Jak wynika z przytoczonych w tabeli nr 16 danych, **dla turystów zagranicznych podstawowym celem przyjazdu do Poznania jest udział w**

różnorodnych imprezach targowych organizowanych przez MTP. Spośród pozostałych celów **istotne znaczenie mają, także: turystyka i wypoczynek, odwiedziny krewnych lub znajomych oraz udział w kongresach i konferencjach organizowanych w Poznaniu**.

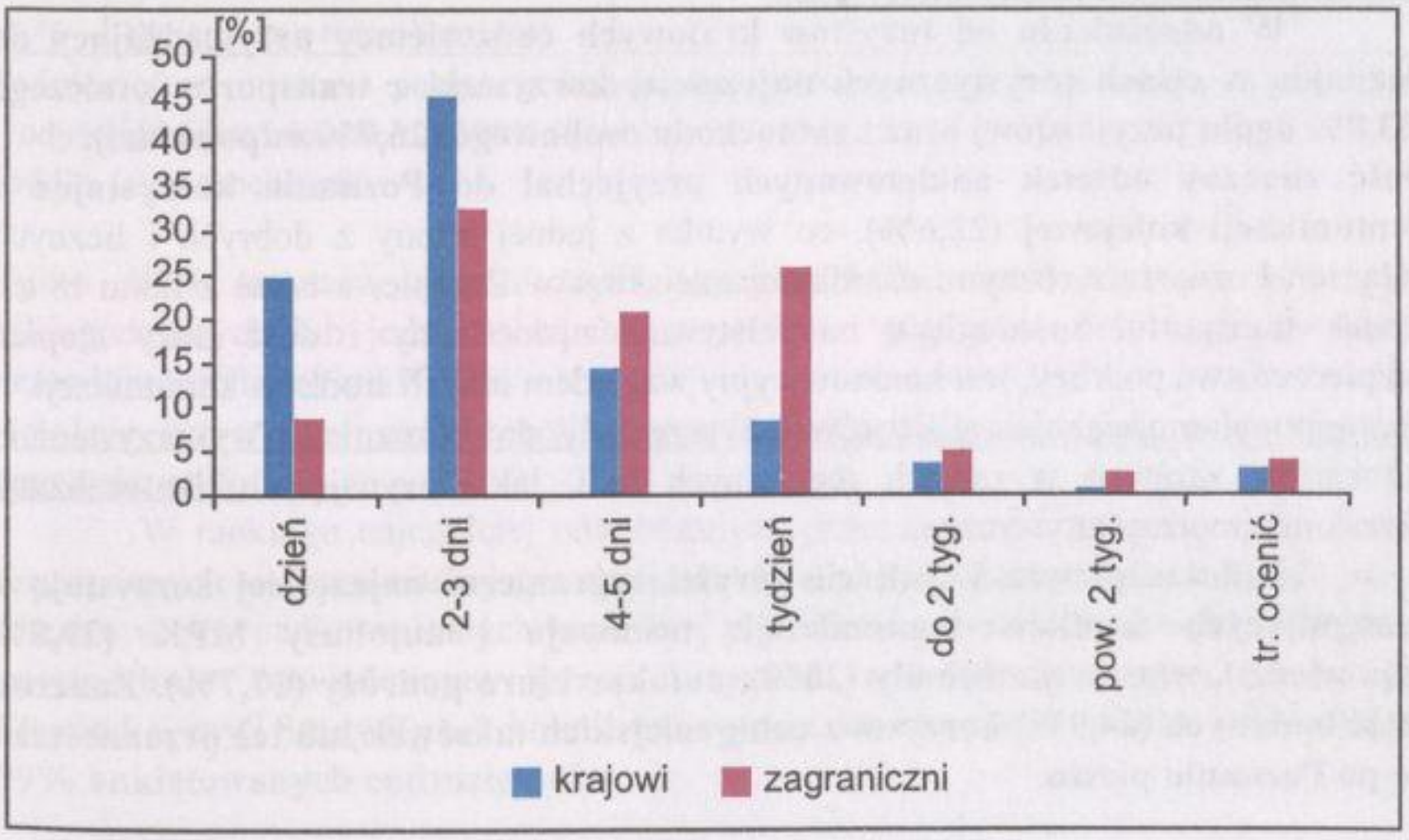
Należy podkreślić, iż podobną hierarchię celów przyjazdów turystów zagranicznych do Poznania uzyskano w cytowanych badaniach granicznych Instytutu Turystyki w Warszawie. Jak wynika z tych badań w latach, 1997-98 turyści zagraniczni odwiedzili Poznań głównie dla wypoczynku oraz załatwiania spraw służbowych, a także w celach rodzinnych.

Z przeprowadzonych badań wynika, że w 1999 roku ponad 42% turystów zagranicznych przyjechało do Poznania i przebywało w nim pierwszy raz.
Regularnie odwiedza nasze miasto co piąty turysta zagraniczny. Ponad 39% ankietowanych przyjechała do Poznania bez towarzystwa innych osób, natomiast blisko 15% respondentów odwiedziło miasto wraz z rodziną, a blisko 22% z przyjaciółmi.
W zorganizowanej grupie przyjechało do Poznania 24,4% ogółu turystów zagranicznych objętych badaniem.

Turyści zagraniczni przyjeżdżają do Poznania najczęściej indywidualnie, bez pośrednictwa biur podróży. Z danych Instytutu Turystyki wynika, że w 1998 roku - 6,7% spośród ogółu turystów zagranicznych, przyjeżdżających do Polski za pośrednictwem biur podróży, odwiedziło Poznań.

Czas pobytu turystów zagranicznych w Poznaniu

Turyści zagraniczni przybywający do Poznania spędzają w mieście w zależności od celu pobytu różny okres. Najczęstsza długość pobytu w Poznaniu, to 2-3 noclegi (32,7% odpowiedzi), a w dalszej kolejności: tydzień (36% odpowiedzi), 4-5 noclegów (20,9% badanych). Relatywnie niewielu turystów pozostaje w Poznaniu przez 1-2 dni (8,7%) lub bardzo długo przez okres powyżej 2 tygodni (2,6% odpowiedzi).



Wykres nr 4. Czas pobytu turysty w Poznaniu w 1999 roku.
Źródło. Wyniki badań ankietowych „Turystyka w Poznaniu", Instytut Turystyki, Poznań 1999

Tak struktura czasu trwania pobytów w Poznaniu jest zbieżna z omawianymi uprzednio celami przyjazdów do naszego miasta. Turyści uczestniczący w targach pozostają w Poznaniu najczęściej przez cały okres ich trwania, a także kilka dni przed rozpoczęciem i po zakończeniu imprezy. Turyści zagraniczni, dla których Poznań jest miastem tranzytowym pozostają w nim przez niespełna 2 dni (1 nocleg), natomiast odwiedzający rodzinę, znajomych zatrzymują się w naszym mieście nieco dłużej (najczęściej tydzień).

Baza noclegowa i gastronomiczna wykorzystywana przez turystów zagranicznych w Poznaniu.

Wyniki przeprowadzonych badań potwierdzają informację publikowane przez Główny Urząd Statystyczny odnośnie rodzaju obiektów noclegowych, z których korzystają turyści zagraniczni przyjeżdżający do Poznania.

W obu tych źródłach informacji wskazuje się jednoznacznie, **że podstawowym rodzajem obiektów noclegowych wykorzystywanym przez turystów zagranicznych są hotele i motele**, z których w 1999 roku skorzystało blisko 62% przyjeżdżających turystów zagranicznych. 14,3% ankietowanych turystów skorzystało z noclegów urodziny lub znajomych, a blisko 11% z noclegów w pokojach gościnnych, wynajętych odpłatnie w biurze zakwaterowań lub biurze podróży. Dość duża grupa cudzoziemców korzysta z noclegów w pensjonatach (8,7%), zlokalizowanych w Poznaniu i jego najbliższych okolicach.

W trakcie pobytu w Poznaniu turyści zagraniczni korzystają najczęściej z placówek gastronomicznych zlokalizowanych w zakładach hotelarskich (62,6% odpowiedzi), a w dalszej kolejności z ogólnodostępnej sieci gastronomicznej (25,3%) oraz z wyżywienia u rodziny lub znajomych (9,6% odpowiedzi).
We własnym zakresie żywi się jedynie 2,5% przybywających do Poznania turystów zagranicznych.

Środki transportu wykorzystywane przez turystów zagranicznych przy przyjeździe do Poznania i w czasie pobytu w mieście.

W odróżnieniu od turystów krajowych cudzoziemcy przyjeżdżający do Poznania w celach turystycznych najczęściej korzystają z transportu lotniczego (33,8% ogółu przyjazdów) oraz z samochodu osobowego (26,7% odpowiedzi).
Dość znaczny odsetek ankietowanych przyjechał do Poznania korzystając z komunikacji kolejowej (22,6%), co wynika z jednej strony z dobrych i licznych połączeń Poznania z różnymi ośrodkami miejskimi w Europie, a także z faktu iż ten środek transportu, ze względu na relatywnie niskie ceny i dość duży stopień bezpieczeństwa podróży, jest konkurencyjny względem innych środków komunikacji.
Sporą popularnością cieszą się również przyjazdy do Poznania z wykorzystaniem autokarów, zarówno w ramach regularnych linii, jak i wynajętych dla realizacji określonej imprezy turystycznej.

Podczas pobytu w mieście turyści zagraniczni najczęściej korzystają z następujących środków komunikacji: tramwaje i autobusy MPK (29,8% odpowiedzi), własne samochody (26%), autokar biura podróży (17,7%). Znaczna część badanych (24,9%) korzysta z usług miejskich taksówek lub też przemieszcza się po Poznaniu pieszo.

Korzystanie przez turystów zagranicznych z infrastruktury sportowo-rekreacyjnej i kulturalnej Poznania.

Z przeprowadzonych badań wynika, iż turyści zagraniczni przebywający w Poznaniu najczęściej korzystają z: galerii, muzeów (41,4% badanych), z wędrówek po miejskich i podmiejskich szlakach turystycznych, uczestnictwa w różnorodnych imprezach estradowych (32,8%).

Tabela nr 17

Infrastruktura sportowo-rekreacyjna i kulturalna Poznania wg korzystania przez turystów zagranicznych

Lp	Rodzaj urządzenia sportowo-rekreacyjnego lub instytucji kulturalnej	Odsetek odpowiedzi turystów (w %)*
1	Galerie i muzea	41,4
2	Imprezy estradowe, domy kultury	32,8
3	Szlaki turystyczne	32,8
4	Kompleks sportowo-rekreacyjny Malta-Ski	19,5
5	Teatry, opera	18,8
6	Kino	15,6
7	Pływalnia	15,6
8	Kręgielnia	14,8
9	Kort tenisowy	14,8
10	Siłownia	13,3
11	Ścieżki rowerowe	4,7
12	Boisko do gier zespołowych	3,1
13	Sala gimnastyczna	1,6
14	Przystanie wodne	1,6
15	Inne urządzenia np. kasyna gry, ośrodki jeździeckie itp.	4,7
16	Nie korzysta z żadnych urządzeń	35,4

* Ankietowani w czasie pobytu w Poznaniu mogli korzystać z wielu urządzeń, stąd liczba odpowiedzi jest większa, niż 100%.

Źródło: jak w tabeli nr 8.

Tylko 4,5% turystów zagranicznych korzysta będąc w Poznaniu z wycieczek kilkugodzinnych lub jednodniowych po mieście i jego okolicach, organizowanych przez biura podróży lub PTTK.

Atrakcje turystyczne aglomeracji Poznania najczęściej zwiedzane przez turystów zagranicznych.

W rankingu najczęściej odwiedzanych przez turystów zagranicznych atrakcji turystycznych w Poznaniu i jego okolicach występuje podobna kolejność, jak ma to miejsce w przypadku opisanych wcześniej preferencji turystów krajowych. **Miejscem powszechnie odwiedzanym przez turystów zagranicznych jest poznańska Starówka, czyli Stary Rynek i okoliczne rejony, które w 1999 roku zwiedziło blisko 99% ankietowanych cudzoziemców.**

Tabela nr 18

Atrakcje turystyczne Poznania i okolic najczęściej zwiedzane przez turystów zagranicznych w 1999 roku

Lp	Nazwa atrakcji turystycznej odwiedzanej przez turystów	Odsetek odpowiedzi (w %)
1	Stary Rynek i okolice	98,9
2	Ostrów Tumski	45,7
3	Zamek w Kórniku	21,7
4	Kompleks sportowo-rekreacyjny Malta-Ski	21,7
5	Palmiarnia	18,9
6	Jedno z muzeów w Poznaniu	18,9
7	Pałac w Rogalinie	15,4
8	Szlak Piastowski	9,1
9	Stare ZOO w Poznaniu	6,9
10	Wielkopolski Park Narodowy	6,3
11	Skansen Miniatur w Pobiedziskach	5,1
12	Nowe ZOO w Poznaniu	4,0
13	Nie zwiedzał żadnego obiektu	11,6

Źródło: jak w tabeli nr 8.

Godny podkreślenia jest fakt, że tylko nieco ponad 11% ankietowanych turystów zagranicznych nie znalazło chęci i czasu dla zwiedzania, podczas pobytu w Poznaniu, jakiegokolwiek obiektu lub miejsca, stanowiącego atrakcję turystyczną miasta.
Ale jednocześnie można też powiedzieć, że aż co dziesiąty turysta będąc w Poznaniu nie wykorzystał okazji do odwiedzenia miejsc związanych z historią i dniem dzisiejszym tego miasta.

Wydatki turystów zagranicznych w Poznaniu.

Z przeprowadzonych badań wynika, że Poznań odwiedzają w celach turystycznych przede wszystkim cudzoziemcy z Europy Zachodniej będący w dobrej lub bardzo dobrej sytuacji materialnej, stąd można byłoby oczekiwać relatywnie wysokich wydatków ponoszonych przez nich podczas pobytu w naszym mieście.

Niestety z uzyskanych w badaniu danych wynika, że aż 2/3 ankietowanych podczas pobytu w Poznaniu wydało łącznie nie więcej niż 2000 zł na zakup różnego rodzaju dóbr i usług. W strukturze wydatków ponoszonych przez turystów zagranicznych w Poznaniu największy udział mają wydatki związane z noclegami i wyżywieniem. Aż 76,5% badanych wydało natomiast w trakcie pobytu w Poznaniu nie więcej niż 10 zł na uczestnictwo w imprezach kulturalnych, podobnie 78% badanych nie wydało więcej niż 10 zł na komunikację publiczną (MPK, PKP, PKS).

Można zatem powiedzieć, że model konsumpcji turystycznej cudzoziemców przyjeżdżających do Poznania niewiele różni się od modelu, jaki preferują turyści krajowi.

2.3.2. Segmentacja turystów zagranicznych odwiedzających Poznań.

Z przeprowadzonych badań ankietowych wynika, iż zdecydowanie największa część turystów zagranicznych przyjeżdżających w ciągu roku do Poznania motywuje

swój przyjazd uczestnictwem w organizowanych w tym mieście imprezach targowych (52%) badanych w 1999 roku).

Również wielu turystów zagranicznych przybywa do Poznania w celach stricte wypoczynkowych (23,2%) lub w celu odwiedzenia rodziny oraz znajomych (15,7%). Także uczestnictwo w kongresach, konferencjach, sympozjach jest celem przyjazdów cudzoziemców do Poznania (13,1% odpowiedzi).

Pozostałe cele, w tym także tranzyt, nie stanowią w ogólnej liczbie przyjazdów turystów zagranicznych istotnego udziału, chociaż cel tranzytowy i zakupy zasługują na uwagę w badanych ankietach.

Biorąc powyższe pod uwagę, a także szacunki Instytutu Turystyki w Warszawie za 1998 roku dotyczące celów przyjazdów turystów do dużych miast, **można wyodrębnić na poznańskim rynku turystycznym następujące segmenty turystów zagranicznych**, do których powinny być adresowane oferty firm turystycznych i paraturystycznych działających w aglomeracji poznańskiej:

- **segment turystów targowych;**
- **segment turystów wypoczynkowych i o motywacjach poznawczych;**
- **segment turystów - uczestników kongresów, konferencji;**
- **segment turystów odwiedzających rodziny lub znajomych;**
- **segment turystów tranzytowych;**
- **segment turystów o motywacjach zakupowych.**

Spróbujmy pokrótce określić charakterystyczne cechy wyodrębnionych grup turystów zagranicznych, mających istotne znaczenie dla poznańskiego rynku turystycznego.

Segment turystów zagranicznych - uczestników imprez targowych jest obecnie najistotniejszym dla poznańskiego rynku. W tej grupie turystów zdecydowanie przeważają mężczyźni przybywający na imprezy targowe (około 3/4 uczestników).

Jak wynika z przeprowadzonych badań, wśród cudzoziemców przyjeżdżających na targi najliczniejszą grupę stanowią osoby w wieku 35-44 lata (41,7%) oraz w wieku 26-34 lata (32% ogółu badanych). W znikomym stopniu uczestnikami imprez targowych są osoby w wieku do 24 lat, co jest w pełni zrozumiałe, jeśli uwzględni się tradycyjna w świecie biznesu „dojrzałość menedżerską".

59% badanych cudzoziemców przyjeżdżających do Poznania w celu uczestnictwa w targach legitymuje się średnim i wyższym wykształceniem, z czego osoby z dyplomami uczelni wyższych stanowiły 81% ogółu tego segmentu turystów.

Przyjeżdżający do Poznania na imprezy targowe, to osoby o ustabilizowanej sytuacji materialnej; 29,9% ankietowanych z tej grupy oceniło swoją sytuację materialną jako bardzo dobrą, a 50,5% jako dobrą. Taki stan rzeczy nie dziwi zważywszy na to, iż na imprezy targowe przyjeżdżają przede wszystkim wysoko kwalifikowani specjaliści z różnych dziedzin, legitymujący się wyższym wykształceniem. Są to przede wszystkim mieszkańcy dużych ośrodków miejskich (o liczbie mieszkańców powyżej 200 tysięcy), z państw Europy Zachodniej, takich jak: Niemcy, Holandia, Francja, Włochy i Wielka Brytania. Coraz częściej przyjeżdżają na imprezy targowe obywatele państw azjatyckich (Chiny, Japonia, Indie), natomiast niewielką grupę stanowią przedstawiciele państw wschodnioeuropejskich.

Kolejną, istotną dla poznańskiego rynku grupą turystów zagranicznych są osoby, które przyjeżdżają do Poznania ***w celach turystycznych; na wypoczynek, zwiedzanie miasta i jego zabytków, w celach rekreacyjnych.***

Aglomeracja poznańska z racji swego geograficznego położenia oraz posiadanych walorów turystycznych może być doskonałym miejscem dla krótkookresowych (1-3 dniowych) pobytów turystycznych. Dostrzegli ten atrybut Poznania turyści zagraniczni, którzy coraz częściej odwiedzają miasto w celach poznawczo-wypoczynkowych. Z badań wynika, że w w/w celu przyjeżdżają do Poznania w równym stopniu cudzoziemki - kobiety i cudzoziemcy - mężczyźni.

W tym segmencie turystów zagranicznych przeważają osoby starsze wiekiem; blisko 50% w/w segmentu stanowili w 1999 roku turyści w wieku powyżej 45 roku życia, a około 24% ankietowani w przedziale wiekowym 35-44 lata. Stosunkowo niewielkim zainteresowaniem cieszą się przyjazdy stricte turystyczne do Poznania wśród cudzoziemców młodych, którzy wśród wielu trudności na jakie natrafili podczas pobytu w Poznaniu, zwracali uwagę na fatalny stan sieci komunikacyjnej i związane z tym olbrzymie kłopoty z dotarciem do miejsc będących atrakcjami turystycznym.

W celach czysto turystycznych przyjeżdżają do Poznania cudzoziemcy z wyższym wykształceniem (63% badanych) i z wykształceniem średnim (30% ankietowanych). Sytuacja materialna tych osób jest najczęściej dobra (58% odpowiedzi), ale także często przeciętna (22,5% odpowiedzi). Oznacza to, że do Poznania w celach wypoczynkowych i poznawczych nie przyjeżdżają na ogół cudzoziemcy bardzo dobrze sytuowani materialnie, ale przedstawiciele tzw. klasy średniej.

W tej grupie konsumentów dominują mieszkańcy dużych ośrodków miejskich (powyżej 200 tysięcy mieszkańców), natomiast 8,3% tej grupy stanowią mieszkańcy wsi.

Kolejnym segmentem w ramach zagranicznej turystyki przyjazdowej do Poznania jest ***segment turystów kongresowych.*** Aglomeracja poznańska jako centrum biznesowe, kulturalne i naukowe Wielkopolski, a szerzej zachodniej części Polski, oferuje turystom zagranicznym i krajowym szerokie możliwości uczestnictwa w różnorodnych kongresach, konferencjach organizowanych przez wyspecjalizowane instytucje i firmy, z szerokim zakresem tzw. usług dodatkowych (imprezy kulturalne, obsługa medialna itp.). Z badań wynika, że w 1999 roku w celach kongresowo-konferencyjnych przyjechało do Poznania 13,1% cudzoziemców.

Najczęściej są to osoby w wieku 25-44 lat (69% badanych z tej grupy), z wyższym wykształceniem (92% odpowiedzi), będące w bardzo dobrej i dobrej sytuacji materialnej (88,5% odpowiedzi), mieszkające w dużych aglomeracjach miejskich (64% odpowiedzi).

Turystyka kongresowa i konferencyjna, to produkt markowy polskiej turystyki. Z przytoczonych powyżej danych wynika, że także na poznańskim rynku turystycznym może to być produkt znaczący. Świadczy o tym między innymi specjalny informator przygotowany przez Urząd Miasta Poznania dla organizatorów konferencji[37].

Nieco odmienna od dotąd omawianych wydaje się być ***grupa turystów zagranicznych, odwiedzających w Poznaniu rodziny lub znajomych.***

W tym segmencie konsumentów dominują osoby w wieku powyżej 45 lat (37,5% badanych), ale do rodzin i znajomych do Poznania przyjeżdżają także często osoby młode i w średnim wieku. Aż 61% tej grupy turystów zagranicznych stanowią osoby legitymujące się wyższym wykształceniem, a 35,5% respondenci ze średnim

---

[37] Por. *Informator dla organizatorów konferencji w Poznaniu*, UM Poznań, Biuro Promocji Miasta, Poznań 1999.

wykształceniem. Najczęściej cudzoziemcy odwiedzający w Poznaniu krewnych lub znajomych znajdują się w dobrej sytuacji materialnej (66,7% badanych), być może również dlatego, że pochodzą oni w większości z dużych ośrodków miejskich (52% odpowiedzi).

Do Poznania przyjeżdżają w celu odwiedzenia krewnych lub znajomych obywatele Niemiec, Francji, Stanów Zjednoczonych, często polskiego pochodzenia.

Ten specyficzny segment turystów zagranicznych wymaga ze strony usługodawców na poznańskim rynku turystycznym szczególnego podejścia, uwzględniającego z jednej strony odmienne preferencje i oczekiwania tej grupy, z drugiej zaś strony całą sferę zagospodarowania czasu wolnego tych turystów.

Jak już wcześniej zaznaczono aglomeracja poznańska jest bardzo istotnym, z racji geograficznego położenia, ośrodkiem ruchu tranzytowego pomiędzy Europą Zachodnią i Wschodnią oraz pomiędzy północną i południową częścią naszego kontynentu. Problem tkwi jednak w tym, aby ten ilościowo potężny strumień przejazdów tranzytowych, został choćby w części przekształcony w ***kilkudniowe pobyty tranzytowe***.

Z badań Instytutu Turystyki w Warszawie wynika, że w 1998 roku spośród ogółu turystów zagranicznych, dla których celem pobytu w Polsce jest tranzyt, aż 13,4% odwiedziło Poznań[38].

Natomiast z badań przeprowadzonych w 1999 roku przez zespół autorski niniejszego opracowania wynika, że w okresie od maja do października wybrało miasto Poznań jako miasto tranzytowe (z conajmniej 1 noclegiem).

Turystami tranzytowymi są najczęściej cudzoziemcy w wieku 25-44 lat (60% ogółu tej grupy turystów), z wyższym lub średnim wykształceniem (70% badanych), będący w przeciętnej sytuacji materialnej (50% badanych) i mieszkający w małych ośrodkach miejskich (63% ankietowanych).

Jak z powyższych danych wynika przedstawiciele tego segmentu konsumentów różnią się dość istotnie od segmentu turystów kongresowych, czy targowych. Oznacza to, że dla tej grupy konieczne są inne produkty turystyczne, które mogłyby być im zaoferowane na poznańskim rynku turystycznym.

Ostatnim wyróżnionym segmentem w zagranicznej turystyce przyjazdowej do Poznania jest ***grupa turystów przyjeżdżająca w celu dokonania zakupów.***

Segment turystów, dla których celem przyjazdu są zakupy nie jest na poznańskim rynku wiodący, ale na tyle istotny, że warto bliżej go scharakteryzować.

Wśród badanych turystów przyjeżdżających do Poznania w w/w celu przeważają kobiety (75% badanych), najczęściej są to obywatele państw Europy Wschodniej (Rosja, Ukraina, Litwa, Białoruś), w wieku do 34 lat, często z wykształceniem wyższym (50% odpowiedzi), na ogół w dobrej sytuacji materialnej (57% odpowiedzi), zamieszkałe w małych i średnich ośrodkach miejskich, ale także w dużych aglomeracjach i na wsi. Wydaje się, że turyści zagraniczni przyjeżdżający do Poznania na zakupy będą grupą stopniowo zanikającą w momencie poprawy sytuacji gospodarczej w krajach powstałych z dawnego ZSRR. Nie oznacza to bynajmniej zaniku tzw. zakupów okazjonalnych, dokonywanych przez turystów zagranicznych podczas pobytu w Poznaniu, ale zakupy jako samoistny cel przyjazdów zapewne nie będą występowały w strukturze celów przyjazdów do aglomeracji poznańskiej.

---

[38] Por. W.Bartoszewicz: *Cele, motywy i formy...*, op.cit s.72.

Przytoczone w tej części pracy charakterystyki najistotniejszych dla poznańskiego rynku turystycznego segmentów w turystyce krajowej i zagranicznej przyjazdowej pozwalają na określenie produktów turystycznych dla wskazanych grup nabywców i form turystyki, zaś w dalszej kolejności na opracowanie konkretnych działań marketingowych dla rozwoju tych produktów, a w ostateczności dla rozwoju całego poznańskiego rynku turystycznego.

2.4. OCENA POBYTU W POZNANIU PRZEZ TURYSTÓW KRAJOWYCH I ZAGRANICZNYCH

Turyści zagraniczni i krajowi przebywający w 1999 roku w Poznaniu dość krytycznie ocenili jakość usług turystycznych i paraturystycznych. Z przeprowadzonych badań wynika, że turyści krajowi bardzo negatywnie ocenili usługi: komunikacyjne (13,6% ocen złych i bardzo złych), w zakresie porządku publicznego i bezpieczeństwa pobytu (11% ocen negatywnych). Także usługi informacji turystycznej i telekomunikacji zostały ocenione relatywnie krytycznie, w porównaniu do innych rodzajów usług.

Tabela nr 19

Jakość usług oferowanych turystom w Poznaniu w 1999 roku, w opinii ankietowanych

Lp	Rodzaj usługi	Ocena jakości usług przez turystów (w %)											
		Turyści krajowi						Turyści zagraniczni					
		b. dob.	dob -re	śred -nia	zła	b. zła	trud. ocen.	b. dob .	dob -ra	śred -nia	zła	b. zła	trud . ocen .
1	Noclegowe	7,1	39,2	19,1	2,5	0,4	31,8	12,8	39,4	23,9	4,8	1,6	17,6
2	Gastronomiczne	16,9	66,9	10,1	1,8	-	4,4	15,5	58,5	13,5	2,6	-	9,8
3	Komunikacyjne	4,1	36,7	33,9	11,7	1,9	11,7	4,3	25,9	30,8	11,9	1,6	25,4
4	Kulturowo-rozrywkowe	23,1	52,6	9,1	0,6	-	14,6	15,5	32,0	13,8	2,2	-	36,5
5	Sportowo-rekreacyjne	19,9	40,2	8,0	3,2	-	28,6	16,7	22,2	7,2	-	1,7	52,2
6	Informacji turystycznej	4,6	35,7	22,2	7,1	0,7	30,3	7,4	29,8	18,1	16,0	2,1	26,6
7	Przewodnickie	3,6	15,5	9,5	1,2	0,6	69,8	6,8	22,2	9,7	4,0	-	57,4
8	Handlowe	30,7	56,3	7,5	0,9	0,3	4,2	8,9	57,1	19,4	3,7	-	11,0
9	Telekomunikacyjne	7,9	49,2	21,7	4,7	1,6	12,9	4,7	36,3	33,2	12,1	3,2	10,5
10	Porządku publicznego, bezpieczeństwa	3,6	31,7	39,9	8,0	3,0	13,9	5,8	34,9	21,2	7,9	5,9	24,3

Źródło: jak w tabeli nr 8.

Najwyżej, turyści krajowi ocenili usługi handlowe (87% ocen pozytywnych), gastronomiczne (około 84% ocen pozytywnych) i kulturalno-rozrywkowe (ponad 75% ocen pozytywnych).

Nieco odmienne opinie na temat jakości usług oferowanych w naszym mieście prezentują turyści zagraniczni. Ich zdaniem najwięcej do życzenia pozostawiają następujące usługi: informacji turystycznej (18,1% ocen negatywnych), telekomunikacyjne (15,3% ocen negatywnych), komunikacyjne (13,5% odpowiedzi negatywnych) i porządku publicznego i bezpieczeństwa (13,8% ocen negatywnych).

Relatywnie najwyżej, pod względem jakości, ocenili turyści zagraniczni usługi gastronomiczne (74% ocen pozytywnych) oraz usługi handlowe (66% ocen pozytywnych) i usługi noclegowe (ponad 52% ocen pozytywnych).

Porównując opinie turystów krajowych i zagranicznych na temat jakości usług oferowanych im w Poznaniu widać wyraźnie, że obie grupy krytycznie oceniają te same rodzaje usług, ale w nieco innej kolejności.

Podobnie, najwyższą jakość w opinii badanych zyskały te same rodzaje usług (handlowe, gastronomiczne). Jedyna różnica dotyczy w przypadku turystów krajowych usług kulturalno-rozrywkowych, a w przypadku turystów zagranicznych - usług noclegowych (por.tabela nr 19).

Przytoczone negatywne oceny niektórych rodzajów usług, przez turystów znajdują swoje potwierdzenie w wymienionych przez ankietowanych trudnościach na jakie napotkali podczas pobytu w Poznaniu.

Turyści krajowi najczęściej podczas pobytu napotykali na następujące trudności: komunikacyjne związane z korkami, nieprzejezdnością niektórych ulic, złą jakością dróg (64% wskazań respondentów), związane z korzystaniem z środków komunikacji miejskiej (24% wskazań), związane z parkowaniem samochodów w mieście (16,7% odpowiedzi), wynikające z niedostatecznej informacji turystycznej w mieście (8,3% tego rodzaju wskazań).

Turyści zagraniczni wśród trudności napotkanych podczas pobytu w Poznaniu wymieniali następujące:

- kłopoty komunikacyjne, wynikające z przemieszczaniem się własnymi środkami transportu po mieście - 40,4% odpowiedzi;
- kłopoty z porozumieniem się w placówkach usługowych i z mieszkańcami (słaba znajomość języków obcych) - 31,5% odpowiedzi;
- niemożność korzystania z informacji turystycznej w pełnym zakresie - 11,2% odpowiedzi;
- złe funkcjonowanie komunikacji miejskiej (MPK) - 10,2% odpowiedzi;
- niewłaściwe funkcjonowanie taksówek miejskich, zwłaszcza zbyt wysokie ceny tych usług - 10,2% odpowiedzi.

Można zatem stwierdzić, iż wymienione przez turystów kłopoty znalazły swoje odzwierciedlenie w ocenach jakości usług im oferowanych w Poznaniu.

Interesujące są opinie badanych turystów o Poznaniu jako centrum turystycznym. Mimo, iż większość badanych postrzega aglomerację poznańską jako centrum turystyczne, to jednak opinie o poszczególnych elementach infrastruktury materialnej miasta lub o sprzyjającym „klimacie" dla przyjeżdżających turystów są dość zróżnicowane - por.tabela nr 20.

Tabela nr 20

Poznań jako centrum turystyczne w opinii turystów krajowych i zagranicznych w 1999 roku

Lp	Elementy wizerunku miasta poddane ocenie turystów	Oceny turystów (w %)									
		Turyści zagraniczni					Turyści krajowi				
		b.dobrze	dobrze	średnio	źle	b.źle	b.dobrze	dobrze	średnio	źle	b.źle
1	Estetyka miasta	14,7	61,3	19,4	4,7	0,0	12,2	61,4	24,1	1,7	0,6
2	Tereny zielone w mieście	16,0	45,3	26,0	12,2	0,6	14,2	46,3	32,2	6,8	0,6
3	Czystość powietrza	1,1	24,7	44,2	25,3	4,7	0,6	17,0	42,4	28,7	11,4
4	Gościnność i życzliwość mieszkańców	39,1	46,9	12,5	1,0	0,5	16,7	44,7	30,1	5,8	2,8
5	Komunikacja miejska	7,4	28,4	39,2	19,6	5,4	3,2	37,2	43,9	13,0	2,8
6	Stan dróg (ulic)	1,0	10,0	29,5	33,2	26,3	0,0	11,8	43,9	30,3	13,9
7	Oznakowanie miasta	2,3	30,5	35,0	26,0	6,2	1,5	38,8	43,7	12,2	3,7
8	Możliwość parkowania	1,2	12,3	20,4	35,8	30,2	0,0	6,8	24,0	39,6	29,5
9	Możliwość zakupu przewodników, map	9,9	51,7	25,2	9,3	4,0	12,6	66,0	19,7	1,6	0,0

Źródło jak w tabeli nr 8.

Turyści zagraniczni oraz krajowi najgorzej ocenili dwa elementy infrastruktury miasta: miejsca parkingowe (66% ocen negatywnych wśród turystów zagranicznych i ponad 69% wśród turystów krajowych), fatalny stan dróg miejskich (blisko 60% ocen negatywnych wśród turystów zagranicznych i 44% wśród turystów krajowych). Negatywnie ocenili również badani czystość powietrza w mieście, stan miejskiej komunikacji oraz oznakowanie miasta.

Najlepiej, zdaniem ankietowanych, wypada estetyka miasta (76% i blisko 74% ocen pozytywnych), gościnność mieszkańców miasta (86% ocen pozytywnych wśród turystów zagranicznych i 61% wśród turystów krajowych), możliwości zakupu przewodników, map (odpowiednio ponad 61% i ponad 78% ocen pozytywnych).

Dobrze oceniają turyści ilość i stan terenów zielonych w mieście (około 61% ocen pozytywnych wśród turystów zagranicznych i podobnie wśród turystów krajowych). Warto podkreślić, iż podobne opinie na temat infrastruktury i jej mankamentów uzyskano w badaniach przeprowadzonych wśród przedsiębiorców i inwestorów w 1995 roku[39].

Wskazane powyżej mankamenty Poznania jako centrum turystycznego powinny być możliwie szybko zlikwidowane, co nie wydaje się sprawą prostą,

---

[39] Por. M.Baranowski: *Badania opinii przedsiębiorców i inwestorów prowadzących działalność gospodarczą na terenie miasta i sąsiednich gmin* [w] *Podstawy gospodarczej polityki miasta - Studium Poznania* (pod red. R.Domańskiego). Polska Akademia Nauk - Komitet Przestrzennego Zagospodarowania Kraju (Biuletyn nr 181), Warszawa 1998, s.298.

zważywszy na ograniczone środki finansowe, jakimi miasto dysponuje w skali roku na tzw. inwestycje komunalne np. na poprawę stanu dróg.

Wielu turystów przyjeżdża do Poznania wielokrotnie. Są to nie tylko uczestnicy imprez targowych, ale także osoby podróżujące dla wypoczynku, w celach poznawczych. Ich opinie na temat zmian w obsłudze turystów w Poznaniu są szczególnie cenne, ponieważ pozwalają określić stopień efektywności działań podejmowanych w Poznaniu dla poprawy obsługi przyjeżdżających turystów.

Wyniki przeprowadzonych badań są w tym zakresie dość ciekawe. I tak, w grupie turystów krajowych blisko 25% badanych, którzy przebywali już w Poznaniu w celach turystycznych, dostrzega poprawę jakości obsługi turystów, natomiast niecały 1% spośród nich uważa, iż obsługa ta pogorszyła się.

Blisko 30% turystów zagranicznych często goszczących w Poznaniu zauważa wyraźną poprawę w obsłudze turystów.

O tym, że Poznań jest miastem przyjaznym turystom świadczą deklaracje ponownego przyjazdu do naszego miasta. 97% badanych turystów zagranicznych oraz blisko 99% turystów krajowych wyraziło chęć ponownych przyjazdów do Poznania, uważając, że atrakcje turystyczne miasta oraz gościnność jego mieszkańców są wystarczającymi przesłankami do ponownych wizyt w Poznaniu.

Rozdział 3

INFRASTRUKTURA MATERIALNA DLA ROZWOJU RYNKU TURYSTYCZNEGO MIASTA POZNANIA

W procesie kreowania produktu turystycznego oraz jego realizacji, niezwykle istotne znaczenie posiada baza materialno-techniczna znajdująca się na obszarze aglomeracji poznańskiej. Jej wielkość, struktura i jakość determinuje w znacznym stopniu rozwój ruchu turystycznego w Poznaniu, a także sposób i wielkość zaspokojenia potrzeb mieszkańców miasta w zakresie aktywnego spędzania czasu wolnego.

Obiekty i urządzenia, z których korzystają uczestnicy ruchu turystycznego są – pod względem spełnianych przez nie funkcji – określane jako obiekty i urządzenia turystyczne oraz obiekty i urządzenia paraturystyczne. Do obiektów i urządzeń turystycznych zalicza się te, których podstawową funkcją jest zaspokajanie potrzeb turystów, a zatem jest to ta część infrastruktury danego terenu, która powołana została wyłącznie do obsługi ruchu turystycznego. Stanowią ją elementy uprzednio nie istniejące, które powstały dopiero wskutek nadania danemu regionowi, obszarowi czy miejscowości charakteru turystycznego.

Z kolei, te obiekty i urządzenia, których głównym zadaniem jest obsługa całego społeczeństwa, a turyści korzystają z nich tylko jako jedna z grup użytkowników określane są mianem infrastruktury paraturystycznej. Podstawowe znaczenie bazy paraturystycznej (określanej inaczej mianem bazy towarzyszącej) polega między innymi na tworzeniu z bazą turystyczną kompleksowej oferty usługowej, podnoszeniu poziomu świadczonych usług podstawowych, czy też na umożliwieniu pełniejszego wykorzystania czasu wolnego. Baza paraturystyczna obejmuje zatem wiele różnego rodzaju instytucji i urządzeń, zaspokajających codzienne potrzeby mieszkańców miasta oraz potrzeby turystów czasowo przebywających na terenie Poznania. Zauważyć należy, iż baza ta, pełniąc funkcję komplementarną w stosunku do infrastruktury turystycznej, istotnie przyczynia się do rozwoju ruchu turystycznego.

W oparciu o powszechnie akceptowane definicje i określenia, przyjmuje się, iż do infrastruktury turystycznej zalicza się:

- obiekty i urządzenia noclegowe
- obiekty i urządzenia żywieniowe
- obiekty i urządzenia komunikacyjne (z wyłączeniem usług MPK i taxi)
- obiekty i urządzenia służące organizacji i obsłudze ruchu turystycznego (np. biura podróży, informację turystyczną, wypożyczalnie sprzętu turystycznego, szlaki turystyki kwalifikowanej).

Do infrastruktury paraturystycznej zaliczyć należy przede wszystkim:

- obiekty i urządzenia kulturalno-rozrywkowe
- obiekty i urządzenia sportowo-rekreacyjne
- handel
- łączność i telekomunikację
- komunikację miejską
- usługi bankowe

- usługi komunalne
- służbę zdrowia
- rzemiosło
- mass media
- bezpieczeństwo publiczne.

3.1. BAZA NOCLEGOWA

Bazę noclegową uważa się za podstawowy element zagospodarowania turystycznego danego obszaru, a jej wielkość i struktura uznawane są za główne wskaźniki jego zdolności recepcyjnej. Obiekty i urządzenia zaliczane do tej grupy elementów infrastruktury turystycznej umożliwiają uczestnikom ruchu turystycznego przebywanie poza miejscem stałego zamieszkania dłużej niż jeden dzień, a więc tym samym silnie determinują rozwój turystyki na danym obszarze. Obiekty i urządzenia noclegowe spełniają istotne funkcje ekonomiczne i społeczne na danym obszarze, w tym przede wszystkim służą zaspokojeniu potrzeb turystów związanych z noclegiem, stwarzają warunki wykorzystania przez ruch turystyczny urządzeń komplementarnych (żywieniowych, rekreacyjnych, handlowych, itp.) zlokalizowanych w obrębie obiektu noclegowego, ich liczba i standard podnosi atrakcyjność turystyczno-wypoczynkową terenu. Istotne znaczenie dla obszaru posiada także liczba miejsc pracy tworzonych dzięki rozwojowi i funkcjonowaniu bazy noclegowej i towarzyszącej.

Baza noclegowa miasta Poznania szacowana jest na ponad 7 tys. miejsc noclegowych, z czego przeszło 6 tys. miejsc zlokalizowanych jest w obiektach całorocznych. Zauważyć należy, iż liczba miejsc noclegowych Poznania stanowi około 20 % ogólnej liczby miejsc noclegowych województwa wielkopolskiego. Pod względem liczby miejsc noclegowych Poznań plasuje się na trzecim miejscu w kraju (po Warszawie i Krakowie).

Obiekty świadczące usługi noclegowe w Poznaniu sklasyfikować można według ich rodzaju, jako:

- hotele, w tym hotele luksusowe, hotele ORBIS, hotele średniej klasy, hotele turystyczne,
- motele
- schroniska młodzieżowe
- kempingi
- inne obiekty świadczące usługi noclegowe: hotele robotnicze, ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe (tabela 20).

Wśród obiektów noclegowych strefy podmiejskiej Poznania na wyróżnienie zasługują (z racji standardu usług, lokalizacji, stylu architektonicznego):

- hotele: Green Hotel w Komornikach, hotel Adler w Swarzędzu, hotel Delicja w Obornikach, hotel Edison w Baranowie,
- obiekty zlokalizowane w zabytkowych dworach i pałacach: Dwór w Skrzynkach, Dwór Andrzejówka w Mechlinie, Pałac w Czerniejewie, Pałac w Krześlicach, Pałac w Gębicach, Pałac w Kobylnikach, Zamek w Rydzynie, hotel Karino w Iwnie, Dwór w Jankowicach,
- gościńce i zajazdy: Rzepicha w Promnie, Tostoki w Koszutach, Marzymięta w Czmońcu, Darz Bór w Miłosławiu, Drogorad w Mielnie, Pod Kaczorem w Piotrowie, U dudziarza w Kościanie.

Obiekty noclegowe w granicach administracyjnych Poznania

Lp.	Nazwa obiektu	Adres	Liczba miejsc noclegowych	Usługi komplementarne*
HOTELE LUKSUSOWE				
1.	Batory	ul.Leszczyńska 7-13	18	G
2.	Mat's	ul.Bułgarska 115	21	G, K
3.	Meridian	ul.Litewska 22	20	G, K
4.	Park	ul.Majakowskiego 77	200	G, K
5.	Trawiński	ul.Żniwna 2	100	G,K
6.	T&T	ul.Metalowa 4	33	G, K
7.	Vivaldi	ul.Winogrady 9	78	G, K
HOTELE ORBIS				
8.	Merkury	ul.Rossevelta 20	430	G, K
9.	Novotel	ul.Warszawska 64/66	300	G, K
10.	Polonez	al.Niepodległości 36	611	G, K
11.	Poznań	pl.Andersa 1	830	G, K
HOTELE ŚREDNIEJ KLASY				
12.	Beta	ul.Grudziądzka 6	9	-
13.	Derby	ul.Lutycka 34	86	G, K
14.	Dorrian	ul.Wyspiańskiego 29	40	G, K
15.	Hotel 222	ul. Grunwaldzka 222	102	G, K
16.	Lech	ul.Św.Marcin 74	129	G, K
17.	Rzymski	al.Marcinkowskiego 22	170	G, K
18.	Wielkopolska	ul.Św.Marcin 67	130	G
19.	Zagroda Bamberska	ul. Kościelna 43	18	G, K
HOTELE TURYSTYCZNE				
20.	Centrum	ul.Chwiałkowskiego 34	62	G, K
21.	Dom Turysty	Stary Rynek 91	111	G, K
22.	Gromada	ul.Babimojska 7	120	G, K
23.	Ikar	ul.Kościuszki 118	140	G, K
24.	Jowisz	ul.Dojazd 34	96	G, K
25.	Marwit	ul.Śniadeckich 12a	17	-
26.	MCM	ul.Skośna 1	14	G
27.	Naramowice	ul.Naramowicka 150	120	G, K
28.	Olimp	ul.Warmińska 1	46	G, K
29.	Olimpia	ul.Taborowa 8	140	G, K
30.	Polan	ul.Polanowska 185	14	-
31.	Pomorski	ul.Sierakowska 36	120	G, K
32.	Quay	ul.Karpia 22	29	-
33.	Royal	ul.Św.Marcin 71	49	-
MOTELE				
34.	Astra	ul.Lutycka 31	38	G
35.	Strzeszynek	ul.Koszalińska 15	34	G
PENSJONATY				
36.	Dworek Pod Platanem	ul.Głuszyna 240	36	G, K
37.	Pensjonat Eden	ul.Tarczowa 26	9	-
38.	Pensjonat nad Wartą	ul.Wieżowa 19	9	K
39.	Pensjonat Polska	ul.Polska 56/58	10	G
40.	Pensjonat Tango	ul.Złotowska 84	8	G
41.	Pensjonat Wrzos	ul.Św.Antoniego 61	26	G
SCHRONISKA MŁODZIEŻOWE				
42.	Schronisko Młodzieżowe	ul.Berwińskiego 2/4	53	

43.	Schronisko Młodzieżowe	ul.Biskupińska 27	60	
44.	Schronisko Młodzieżowe	ul.Drzymały 3	80	
45.	Schronisko Młodzieżowe	ul.Głuszyna 127	89	G
KEMPINGI				
46.	Malta	ul.Krańcowa 98	134	G
47.	Strzeszynek	ul.Koszalińska 15	166	G
POZOSTAŁE OBIEKTY ŚWIADCZĄCE USŁUGI NOCLEGOWE				
48.	Centrum Szkoleniowe Instytutu Ochrony Roślin	ul.Miczurina 20a	110	G, K
49.	Hotel Pracowniczo-Turystyczny Ilon	ul.Szarych Szeregów 14/16	300	
50.	Hotel Pracowniczy PRK	ul.Torowa 1	150	K
51.	Hotel Pracowniczy Służby Zdrowia	ul.Dojazd 32	20	
52.	Hotel Pracowniczy ZPM m.H.Cegielskiego	ul.Łozowa 78	100	
53.	Hotel Pracowniczy Dolna Wilda	ul.Dolna Wilda 104/106	200	
54.	Ośrodek Szkoleniowy Telekomunikacji Polskiej SA	ul.Nad Jeziorem 36	100	G, K
55.	Ośrodek Szkoleniowo-Wypoczynkowy Wojsk Lotniczych i Obrony Powietrznej	ul.Nad Jeziorem 1	214	G, K
56.	Ośrodek Wczasów w Kiekrzu KWP w Poznaniu	ul.Chojnicka 35	320	G, K
57.	Ośrodek Szkoleniowo-Żeglarski ZHP	ul.Wilków Morskich 10/11	48	K
58.	Wilda-Fundacja Solidarnej Pomocy im.H.Cegielskiego	ul.Konarowa 8/10	100	
59.	Zespół Pokoi Gościnnych PAN	ul.Wieniawskiego 17/19	51	
60.	kwatery prywatne i pozostałe obiekty		około 500	

*G – usługi żywieniowe (restauracja lub bar w obrębie obiektu noclegowego)

*K – usługi konferencyjne (sale, sprzęt audiowizulany)

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Urzędu Statystycznego w Poznaniu, Urzędu Miasta w Poznaniu, Multimedialnego Informatora Miejskiego miasta Poznania.

Uzupełnieniem bazy noclegowej miasta są obiekty zlokalizowane w strefie podmiejskiej Poznania (tabela 22).

Stopień wykorzystania zdolności usługowej bazy noclegowej Poznania w okresie wrzesień 97-wrzesień 98 wyniósł ogółem – 37%. Największe obłożenie odnotowały schroniska młodzieżowe i ośrodki wczasowe – powyżej 50% Najniższe – campingi niecałe 9%. Wykorzystanie potencjału usługowego hoteli i moteli ukształtowało się w ww. okresie na poziomie 40%.

Tabela nr 22

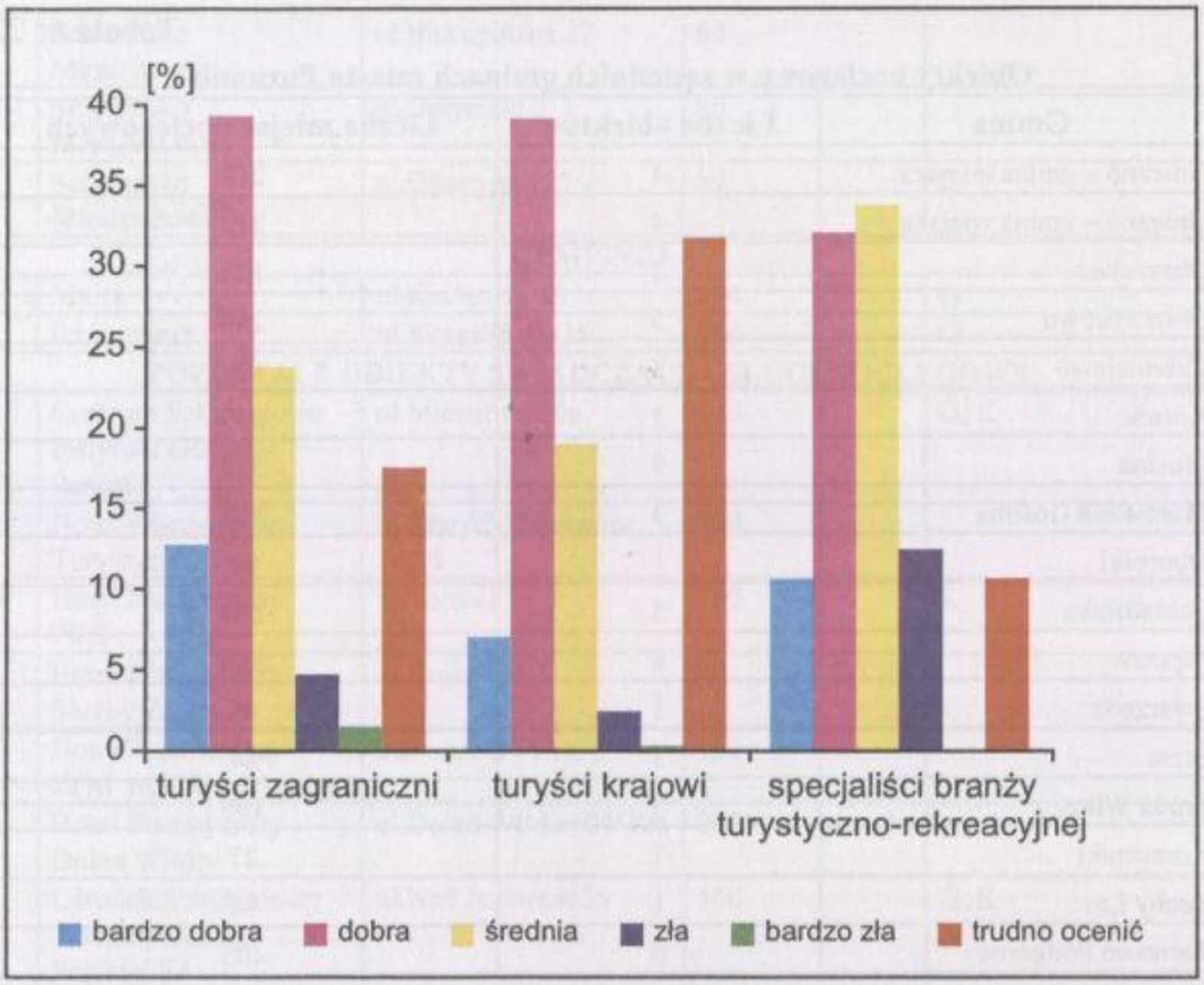
Obiekty noclegowe w sąsiednich gminach miasta Poznania.

Gmina	Liczba obiektów	Liczba miejsc noclegowych
Gniezno – gmina miejska	4	219
Gniezno – gmina wiejska	4	212
Obrzycko	2	171
Puszczykowo	5	282
Czerniejewo	3	83
Kórnik	7	823
Mosina	7	323
Murowana Goślina	3	328
Oborniki	1	33
Pobiedziska	5	264
Stęszew	8	565
Swarzędz	1	45
Śrem	3	84
Środa Wlkp.	3	195
Komorniki	1	27
Suchy Las	1	66
Tarnowo Podgórne	6	405

Źródło: Urząd Statystyczny w Poznaniu

Opinie turystów krajowych na temat wielkości bazy noclegowej miasta są podzielone, nieco więcej niż połowa turystów krajowych uważa bazę noclegową za wystarczającą, nieco mniej niż połowa za niewystarczającą, podczas gdy znaczna większość turystów zagranicznych uważa ją generalnie (ilościowo) za wystarczającą. O niewystarczającej liczbie obiektów noclegowych w mieście przekonani są także specjaliści z branży turystyczno-rekreacyjnej miasta, uważający, iż w Poznaniu brak jest wygodnych (stosunkowo komfortowych), a jednocześnie tanich hoteli.

Ilościowa ocena bazy noclegowej uzupełniona musi być oceną jakościową, charakteryzującą poziom (standard) usług świadczonych przez obiekty noclegowe Poznania (wykres 5). Stwierdzić należy, **iż przeszło jedna trzecia turystów zagranicznych, jak i turystów krajowych ocenia jakość usług noclegowych jako dobrą. Ocenę bardzo dobrą przyznaje usługom noclegowym miasta 7% turystów krajowych i 12% turystów zagranicznych**. Z kolei, nieco ponad 3% turystów krajowych, a prawie 7% turystów zagranicznych ocenia jakość tych usług jako złą i bardzo złą. Generalnie, baza noclegowa miasta nie jest elementem wpływającym negatywnie na rozwój turystyki w mieście, podstawowe postulaty w tym zakresie dotyczą podwyższenia standardu obiektów noclegowych (tego zdania jest 13% turystów zagranicznych) oraz zwiększenia liczby hoteli o średnim standardzie i liczby schronisk młodzieżowych (stanowisko to reprezentuje odpowiednio 10% i 6% turystów krajowych).



Wykres nr 5. Jakość usług noclegowych w Poznaniu w 1999 roku (w opinii turystów zagranicznych, krajowych i specjalistów branży turystyczno-rekreacyjnej Poznania)
Źródło. Wyniki badań ankietowych „Turystyka w Poznaniu", Instytut Turystyki, Poznań 1999.

3.2 BAZA ŻYWIENIOWA

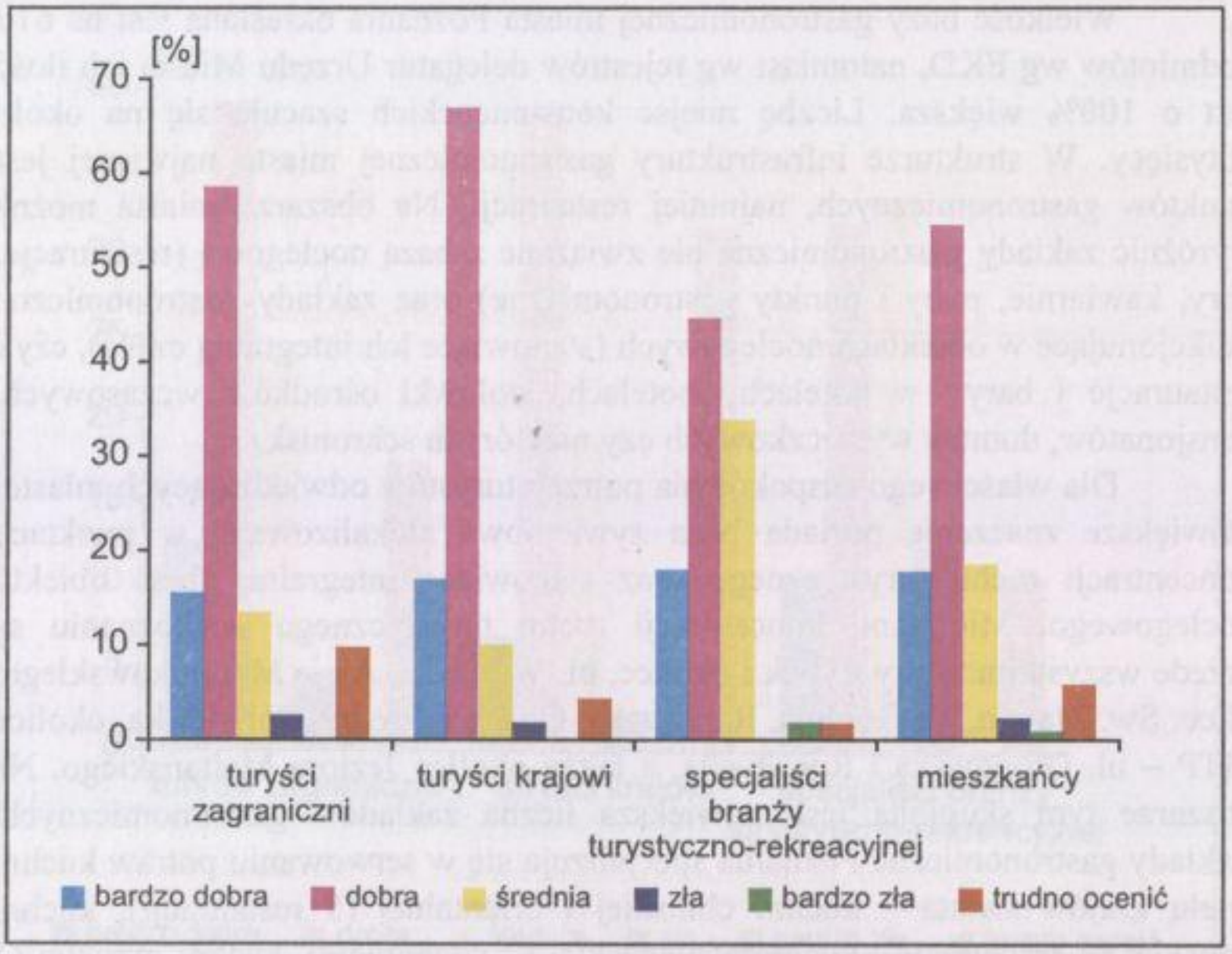
Podstawowe zadanie urządzeń żywieniowych w turystyce sprowadza się do zapewnienia uczestnikom ruchu turystycznego wyżywienia w miejscu ich czasowego pobytu. Wyróżnia się trzy podstawowe rodzaje urządzeń żywieniowych:
zakłady gastronomiczne typu podstawowego (restauracje, jadłodajnie, bary, itp.),
zakłady gastronomiczne typu uzupełniającego (kawiarnie, piwiarnie, bary rozrywkowe, itp.), punkty gastronomiczne (tzw. mała gastronomia: smażalnie, lodziarnie, itp.)
Zaspokojenie potrzeb turystów może nastąpić za pośrednictwem dwóch rodzajów usługowej działalności gastronomicznej:
1/ działalności placówek żywienia zbiorowego w systemie tzw. pensjonatowym, gdzie turysta najczęściej opłaca pobyt wraz z wyżywieniem i gdzie w zasadzie nie ma możliwości swobodnego wyboru potraw (ośrodki wczasowe, pensjonaty),
2/ działalności placówek gastronomicznych w tzw. systemie ogólnodostępnym, gdzie konsument ma swobodny wybór dań (restauracje, bary, kawiarnie, punkty małej gastronomii).

Wielkość bazy gastronomicznej miasta Poznania określana jest na 610 podmiotów wg EKD, natomiast wg rejestrów delegatur Urzędu Miasta ich ilość jest o 100% większa. Liczbę miejsc konsumenckich szacuje się na około 30tysięcy. W strukturze infrastruktury gastronomicznej miasta najwięcej jest punktów gastronomicznych, najmniej restauracji. Na obszarze miasta można wyróżnić zakłady gastronomiczne nie związane z bazą noclegową (restauracje, bary, kawiarnie, puby i punkty gastronomiczne) oraz zakłady gastronomiczne funkcjonujące w obiektach noclegowych (stanowiące ich integralną część), czyli restauracje i bary w hotelach, motelach, stołówki ośrodków wczasowych, pensjonatów, domów wycieczkowych czy niektórych schronisk.

Dla właściwego zaspokojenia potrzeb turystów odwiedzających miasto, największe znaczenie posiada baza żywieniowa zlokalizowana w punktach koncentracji ruchu turystycznego oraz stanowiąca integralną część obiektu noclegowego. Miejscami koncentracji ruchu turystycznego w Poznaniu są przede wszystkim: Stary Rynek i okolice, pl. Wolności, Aleje Marcinkowskiego, ulice: Św. Marcin, 27 Grudnia, Ratajczaka, Gwarna, Fredry, Półwiejska, okolice MTP – ul. Głogowska i Roosevelta, a także okolice Jeziora Maltańskiego. Na obszarze tym skupiona jest największa liczba zakładów gastronomicznych. Zakłady gastronomiczne Poznania specjalizują się w serwowaniu potraw kuchni wielu krajów świata – kuchni chińskiej i orientalnej (5 restauracji), kuchni włoskiej (4 restauracje), kuchni afrykańskiej (2 restauracje), kuchni greckiej (1 restauracja), kuchni francuskiej (3 restauracje), rosyjskiej (2 restauracje). Dania i potrawy kuchni polskiej i regionalnej serwowane są w wielu poznańskich restauracjach, jednakże za „typowych" przedstawicieli należy uznać 7 zakładów (w tym 4 zlokalizowane w obrębie Starego Rynku – restauracje: Stara Ratuszowa, Kresowa, Club Elite i U Garniewiczów).

Bazę gastronomiczną miasta należy uznać za wystarczającą – takiego zdania jest przeszło 70% turystów krajowych i podobny odsetek mieszkańców miasta. Prawie identyczna opinię reprezentują turyści zagraniczni oraz fachowcy z branży turystyczno-rekreacyjnej Poznania - 62% turystów zagranicznych oraz taki sam odsetek specjalistów uważa, iż liczba lokali gastronomicznych w mieście jest wystarczająca. Jedynie wśród turystów zagranicznych pojawiają się głosy, iż na mapie gastronomicznej Poznania (najchętniej w okolicach Starego Rynku) chętnie widziany byłby taki lokal, który serwowałby (lub przynajmniej mocno wyeksponował) tradycyjne potrawy i dania kuchni poznańskiej.

Od oceny ilości zakładów gastronomicznych oddzielić należy ocenę jakości świadczonych przez nie usług. Tym niemniej, znakomita większość zarówno Poznaniaków, jak i gości odwiedzających miasto ocenia jakość usług gastronomicznych jako dobrą (wykres 6).



Wykres nr 6. Jakość usług gastronomicznych w Poznaniu w 1999 roku (w opinii turystów zagranicznych, krajowych, specjalistów branży turystyczno-rekreacyjnej i mieszkańców miasta)

Źródło. Wyniki badań ankietowych „Turystyka w Poznaniu", Instytut Turystyki, Poznań 1999.

3.3. DOSTĘPNOŚĆ KOMUNIKACYJNA POZNANIA

Rozproszenie w przestrzeni walorów turystycznych - elementów potencjału naturalnego i kulturowego oraz związanych z nimi urządzeń noclegowych i żywieniowych powoduje, że wykorzystanie ich przez turystów zależy od możliwości dotarcia do atrakcyjnych miejsc i miejscowości. Na potrzeby strategii ważne jest określenie dostępności komunikacyjnej Poznania (rozumianej jako możliwość dotarcia do niego z innych obszarów Polski oraz z zagranicy) oraz wyposażenia miasta w sieć urządzeń transportowych, warunkujących poruszanie się turystów w jego obrębie. Niemniej ważne znaczenie posiadają urządzenia dodatkowe, stanowiące wyposażenie sieci komunikacyjnych, takie jak: parkingi, stacje paliw, stacje obsługi technicznej pojazdów, stacje pomocy drogowej, firmy wynajmujące samochody osobowe.

W obsłudze ruchu turystycznego na obszarze aglomeracji poznańskiej największe znaczenie posiada komunikacja lądowa, przede wszystkim samochodowa, a następnie kolejowa. Istotne znaczenie przypisywane jest także komunikacji lotniczej. Drogi wodne (żegluga na rzece Warcie) posiadają

niewielkie znaczenie w obsłudze ruchu turystycznego w mieście i nie są wykorzystywane jako sposób dotarcia do miasta.

3.3.1.Komunikacja drogowa

Przez teren miasta przebiega łącznie 558 km dróg, w tym o nawierzchni twardej ulepszonej 357 km. Na 100 km^2 powierzchni miasta przypada 213,5 km dróg o twardej nawierzchni (średnia wartość dla kraju 75km/100km^2). Miasto Poznań jest największym węzłem komunikacji drogowej na terenie Wielkopolski (10 kierunków). Przez miasto przebiega droga międzynarodowa E 30 (A 2), która jest jednym z najważniejszych szlaków tranzytowych prowadzących z zachodu na wschód. W ciągu najbliższych kilku lat przez peryferie miasta poprowadzona zostanie autostrada A 2 o największym znaczeniu handlowo-tranzytowym: Berlin – Warszawa – Moskwa (do 2006r. planowane jest oddanie do użytku odcinka autostrady A2 Nowy Tomyśl-Konin). Przez miasto przebiegają jedne z ważniejszych dróg krajowych: droga nr 5 Szklarska Poręba - Gdańsk (przez Poznań przebiega odcinek drogi nr 5 oznakowany międzynarodowym symbolem E 261, stanowiący łącznik dróg międzynarodowych E 67 oraz E 75)[40]. Z Poznania wybiegają istotne w komunikacji krajowej szlaki, takie jak: droga nr 11 Poznań - Koszalin oraz droga nr 42 Poznań – Katowice. Pozostałe szlaki posiadają znaczenie w komunikacji regionalnej: droga nr 184 do Szamotuł, droga nr 307 do Nowego Tomyśla, droga nr 430 do Mosiny oraz droga nr 196 do Wągrowca.

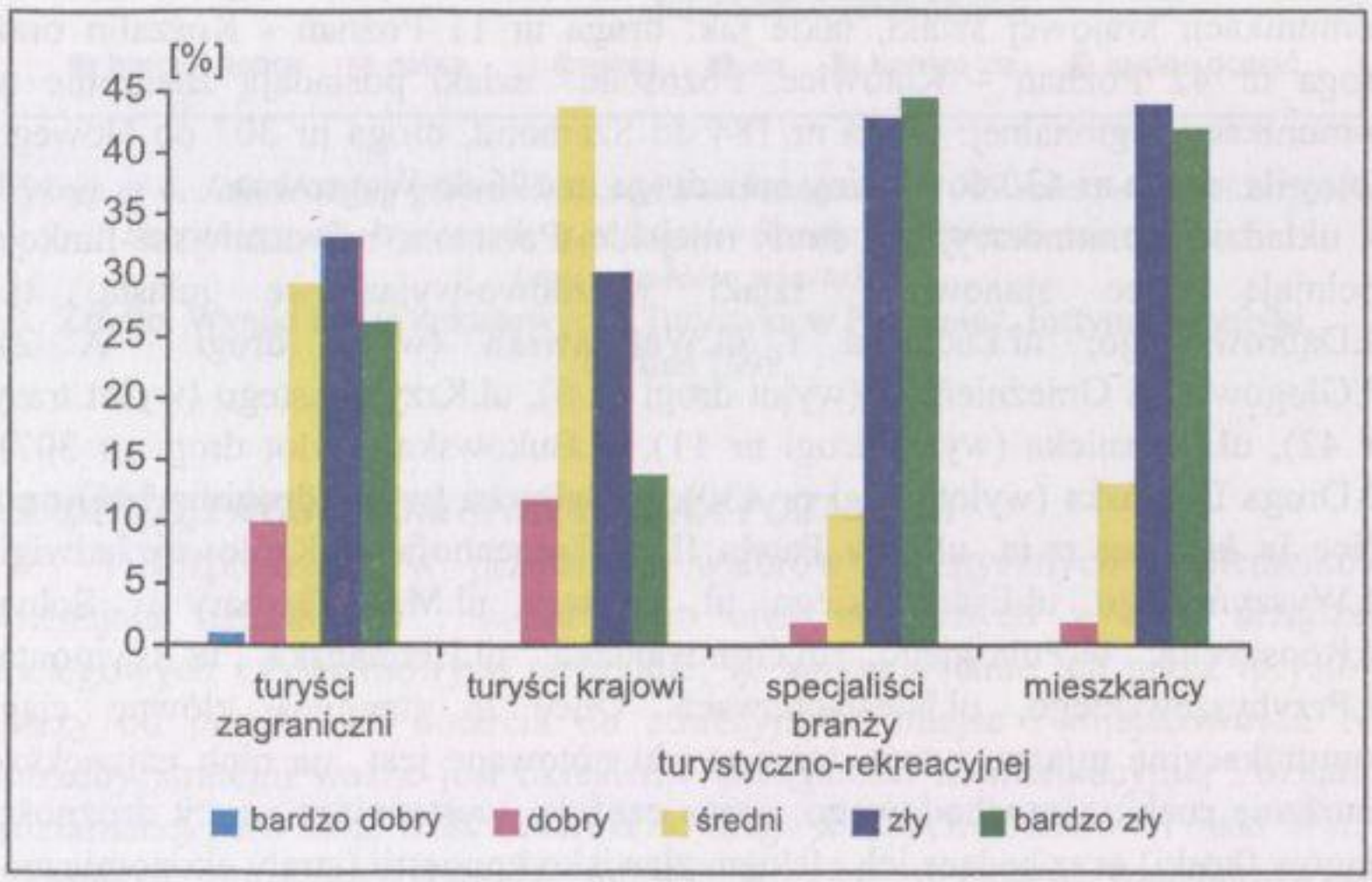
W układzie komunikacyjnym strefy miejskiej Poznania, najważniejsze funkcje spełniają ulice stanowiące szlaki wjazdowo-wyjazdowe miasta, tj.: ul.Dąbrowskiego, ul.Lechicka i ul.Warszawska (wylot drogi A 2), ul.Głogowska i Gnieźnieńska (wylot drogi nr 5), ul.Krzywoustego (wylot trasy nr 42), ul.Obornicka (wylot drogi nr 11), ul.Bukowska (wylot drogi nr 307), ul.Droga Dębińska (wylot drogi nr 430), ul.Bałtycka (wylot drogi nr 196) oraz ulice je łączące: m.in. ul.Jana Pawła II, ul.Zamenhofa, ul.Królowej Jadwigi, ul.Wyszyńskiego, ul.Estkowskiego, ul. Garbary, ul.Małe Garbary i Solna, ul.Roosevelta, ul.Pułaskiego, ul.Grunwaldzka, ul.Hetmańska, ul.Reymonta, ul.Przybyszewskiego, ul.Niestachowska. Ulice te stanowią główne ciągi komunikacyjne miasta, z tego też powodu notowane jest na nich największe natężenie ruchu samochodowego, coraz częściej występujące utraty drożności ciągów (korki) oraz będące ich efektem zjawisko kongestii (straty ekonomiczno-społeczne z tytułu zatłoczenia i korków drogowych). Do podstawowych strat zaliczyć tutaj należy niszczenie nawierzchni dróg, hałas, zanieczyszczenie powietrza, opóźnienia w dojazdach do pracy i w dostawach towarów (wykres 7). Sytuacja ta powoduje, **iż w chwili obecnej trudno jest uznać sieć komunikacyjną miasta za wystarczającą**.

Istotnym elementem sieci drogowej są parkingi, stacje benzynowe oraz stacje obsługi samochodów. W Poznaniu funkcjonuje ponad 50 parkingów strzeżonych, w tym 13 zlokalizowanych jest w ścisłym centrum miasta. Jednak

---

[40]E 261: Wrocław – Rawicz – Leszno – POZNAŃ – Gniezno – Żnin – Bydgoszcz – Świecie
E 67: Praga – Kudowa Zdrój – Wrocław – Kępno – Warszawa
E 75: Helsinki – Gdańsk – Łódź – Katowice – Cieszyn – Bratysława – Budapeszt – Belgrad – Ateny.

podstawowe znaczenie w zakresie liczby miejsc do parkowania przypada wciąż poznańskim ulicom i nawet rozszerzenie strefy ograniczonego postoju (od 16.08.br. jej granice biegną wzdłuż trakcji kolejowej na odcinku Poznań Gł. – Poznań Garbary, rzeki Warty oraz ul. Królowej Jadwigi) nie przyniosło znaczącej poprawy sytuacji, tj. ani nie wyprowadziło ruchu z okolic Starego Rynku, ani nie polepszyło możliwości zaparkowania samochodu w tym rejonie. **Zarówno mieszkańcy, jak i osoby przyjezdne oceniają możliwość znalezienia miejsca do zaparkowania pojazdu jako złą lub bardzo złą, uważając jednocześnie tę sytuację jako jedną z największych uciążliwości napotykanych w mieście**. Nabiera ona szczególnego znaczenia w licznych okresach targowych. Dla jednej trzeciej turystów zagranicznych i aż połowy turystów krajowych największą uciążliwością z jaką spotykają się w Poznaniu są korki uliczne. Przeszło 70% mieszkańców miasta i specjalistów branży turystyczno-rekreacyjnej uważa, iż aktualny stan infrastruktury komunikacyjnej miasta stanowi czynnik ograniczający rozwój rynku turystycznego. Rozwiązanie tego problemu stanowiłoby - zdaniem znacznej grupy respondentów – istotny czynnik wpływający na przyspieszenie rozwoju turystyki w Poznaniu.



Wykres nr 7. Stan dróg w Poznaniu (w opinii turystów zagranicznych, krajowych, specjalistów branży turystyczno-rekreacyjnej i mieszkańców miasta)
Źródło. Wyniki badań ankietowych „Turystyka w Poznaniu", Instytut Turystyki, Poznań 1999.

W Poznaniu funkcjonuje prawie 50 stacji benzynowych, w tym 7 zlokalizowanych jest w centrum miasta, prawie 400 warsztatów i stacji obsługi pojazdów, 40 myjni samochodowych. Liczbę tych podmiotów, a także zakres oferowanych przez nie usług należy uznać za wystarczające.

Istotne znaczenie w obsłudze ruchu turystycznego posiada komunikacja autokarowa międzymiastowa oraz międzynarodowa. Regularny międzymiastowy

transport pasażerski reprezentowany jest przez Przedsiębiorstwo Państwowej Komunikacji Samochodowej, obsługujące połączenia pomiędzy Poznaniem a miejscowościami Wielkopolski oraz większymi miastami w kraju (tabela 23).

Tabela nr 23

Ważniejsze połączenia (stałe i sezonowe) Poznania w komunikacji dalekobieżnej PKS.

Miasto	Miasto
Bolesławiec	Legnica
Bydgoszcz	Lubin
Chojnice	Łódź
Głogów	Międzychód
Gorzów Wlkp.	Piła
Grudziądz	Słupsk
Gubin	Turek
Inowrocław	Toruń
Jelenia Góra	Ustka
Kalisz	Wrocław
Kępno	Zgorzelec
Koszalin	Zielona Góra
Kołobrzeg	Żary
Krotoszyn	Żnin

Źródło: dane PKS w Poznaniu

Regularny międzynarodowy transport pasażerski reprezentowany jest w Poznaniu przez podmioty gospodarcze obsługujące połączenia pomiędzy polskimi miastami a największymi miastami Europy Zachodniej. Zasadniczo, bezpośrednio z Poznania dostępne są prawie wszystkie większe miasta europejskie. **Funkcję międzynarodowego terminalu autokarowego pełni w Poznaniu dworzec PKS. Należy stwierdzić, iż obiekt ten nie jest dobrą wizytówką miasta – zarówno wnętrze (hall, kasy biletowe, toalety), jak i część zewnętrzna obiektu (stanowiska autobusowe, stoiska handlowe typu „szczęki") pozostawiają wiele do życzenia, szczególnie jeśli miasto jest stolicą regionu i pretenduje do tytułu centrum turystycznego.**

Regularny transport autokarowy uzupełniany jest transportem okazjonalnym – na terenie Poznania funkcjonuje kilkanaście podmiotów gospodarczych oferujących przewozy i wynajem autokarów na potrzeby różnych klientów. Wzrasta znaczenie usług „rent a car", szczególnie w obsłudze turystyki biznesowej. W Poznaniu usługi wynajmu samochodów osobowych świadczone są przez 17 podmiotów, w tym do najbardziej znanych zaliczane są międzynarodowe sieci „rent a car" takie, jak: Hertz, Avis i Europcar. Uzupełniające funkcje transportowe pełnią także pojazdy taxi (w liczbie 3348), dostępne telefonicznie (usługi radiotaxi), jak i w miejscach postoju.

W dużych aglomeracjach miejskich istotną rolę odgrywają usługi komunikacji miejskiej i podmiejskiej świadczone przez funkcjonujące w tym zakresie

podmioty gospodarcze[41]. W Poznaniu podmiotem tym jest Miejskie Przedsiębiorstwo Komunikacyjne obsługujące linie autobusowe i tramwajowe w obrębie miasta i części jego strefy podmiejskiej. Sieć komunikacyjna obsługiwana przez MPK wynosi 762 km, w tym długość linii autobusowych - 586 km, tramwajowych 176 km. Tabor MPK składa się z 295 autobusów i 313 tramwajów. Liczba przewożonych rocznie pasażerów szacowana jest na około 250mln osób. Pasażerowie obsługiwani są na liniach tramwajowych oraz autobusowych zwykłych, pospiesznych i nocnych. Z punktu widzenia obsługi ruchu turystycznego przez komunikację miejską, najistotniejsze znaczenie posiadają linie łączące dworce i terminale z centrum miasta, MTP oraz atrakcjami turystycznymi. Spośród linii autobusowych wymienić należy te, które łączą port lotniczy Ławica z centrum miasta: linia 78 (dodatkowo także linia 59), spośród linii tramwajowych te, które łączą dworce PKP i PKS z okolicami Starego Rynku i największymi hotelami: linię 5, 6, 10, 12, 13.

O znaczeniu komunikacji miejskiej w obsłudze ruchu turystycznego w mieście świadczy fakt, iż około 50% turystów krajowych, a prawie 30% turystów zagranicznych korzysta ze środków transportu publicznego w celu przemieszczania się w obrębie Poznania! Dlatego też, niezwykle istotne jest zapewnienie właściwej jakości tych usług, albowiem w znaczący sposób determinuje ona wizerunek miasta. Należy tutaj zwrócić szczególną uwagę na użytkowany tabor (wygląd, czystość, kolorystyka, bezawaryjność, punktualność, regularność), jak i usługi komplementarne w tym zakresie (m.in. informacja MPK – mapy połączeń dostępne bezpłatnie i eksponowane w wielu miejscach, w tym w każdej wiacie przystankowej, wygląd przystanków, oznakowanie przystanków – każdy przystanek powinien mieć swoją nazwę, taką samą jak na schemacie umieszczonym wewnątrz pojazdu, liczne punkty sprzedaży biletów, itp.). Godne zastanowienia jest wprowadzenie dogodnych parkingów na obrzeżach miast i bezpłatnych przejazdów do centrum na podstawie „biletu parkingowego", co mogłoby sprzyjać ograniczeniu ruchu pojazdów indywidualnych w mieście.

Podsumowując, aktualna ocena jakości usług transportowych dostępnych w Poznaniu dokonana przez turystów i mieszkańców miasta różni się nieco – turyści krajowi i zagraniczni oceniają jakość tych usług przede wszystkim jako średnią (przeszło jedna trzecia respondentów) lub dobrą (około jedna trzecia respondentów). Mieszkańcy miasta, w tym także specjaliści branży turystyczno-rekreacyjnej oceniają jakość usług transportowych jako średnią (przeszło 40%) lub złą (około 20%). Oceny skrajne (bardzo dobre i bardzo złe) przyznawane są przez znikomy odsetek respondentów.

3.3.2. Transport kolejowy

Transport kolejowy (pomimo ogromnego rozwoju motoryzacji indywidualnej) wciąż pozostaje w Polsce znaczącą gałęzią transportu w obsłudze ruchu turystycznego, w tym przede wszystkim turystyki indywidualnej, a także

---

[41] komunikacja miejska klasyfikowana jest w literaturze przedmiotu jako element infrastruktury towarzyszącej, jednak w celu całościowego ujęcia zagadnień dostępności komunikacyjnej miasta, ujęto to zagadnienie wspólnie z tzw. turystyczną infrastrukturą komunikacyjną.

turystyki grupowej szkolnej i młodzieżowej. Pozycję kolei podtrzymuje niedorozwój sieci drogowej: brak autostrad i dróg szybkiego ruchu oraz związane z nim wydłużenie czasu podróży i niskie bezpieczeństwo podróżowania samochodem. Aktualnie, wizerunek polskich kolei kształtują pociągi Intercity i można stwierdzić, iż jest to usługa świadczona na dobrym, europejskim poziomie. Obok niej istnieje bogata oferta przewozów ekspresowych, pospiesznych i nocnych pociągów hotelowych, czy też pociągów wakacyjnych umożliwiających podróż wraz z samochodem. Szczególne znaczenie kolei - zwłaszcza w dużych aglomeracjach miejskich – polega na świadczeniu usług codziennych dowozów do szkół i zakładów pracy, na zakupy. Te same połączenia często wykorzystywane są przez mieszkańców miasta do wyjazdów rekreacyjnych (weekendowych) poza obszar aglomeracji. **O roli komunikacji kolejowej w turystyce przyjazdowej do Poznania świadczy fakt, iż połowa turystów krajowych, a jedna piąta turystów zagranicznych przybyła do miasta z wykorzystaniem właśnie tego środka transportu.**

Poznań jest, obok Wrocławia, najważniejszym węzłem kolejowym zachodniej Polski, zarówno w obsłudze ruchu osobowego, jak i towarowego (9 kierunków, 9 stacji: Poznań Główny, Poznań Garbary, Poznań Dębiec, Poznań Dębina, Poznań Starołęka, Poznań Franowo, Poznań Górczyn, Poznań Wola, Poznań Strzeszyn). Przez miasto przebiegają główne szlaki kolejowe, posiadające znaczenie międzynarodowe, krajowe i regionalne. Do szlaków posiadających istotne znaczenie turystyczne zaliczyć należy relacje:

Poznań – Berlin
Poznań – Köln
Poznań – Praga
Poznań – Budapeszt
Poznań - Moskwa
Poznań - Warszawa
Poznań – Szczecin/ Świnoujście
Poznań – Gdańsk/ Gdynia
Poznań – Olsztyn/ Ełk
Poznań – Katowice/ Kraków/ Zakopane
Poznań – Szklarska Poręba.

Obsługa większości z tych połączeń przez pociągi Intercity, Eurocity, Euronight sprawia, iż kolej skutecznie konkuruje z transportem lotniczym (generalnie na trasach do 500km czas podróży koleją - wraz z odprawą - jest krótszy niż samolotem).

Obok połączeń dalekobieżnych, niemniej istotne z punktu widzenia obsługi ruchu turystycznego są połączenia krótszego zasięgu, przewożące turystów w obrębie regionu i strefy podmiejskiej. Szczególnie istotne są tutaj połączenia regularne z Poznania do miejsc występowania walorów turystyczno-rekreacyjnych (np. Pobiedziska, Gniezno, Puszczykowo, Puszczykówko, Buk, Szamotuły), a także połączenia okazjonalne – specjalne pociągi turystyczne wyruszające z Poznania na atrakcyjne i malownicze szlaki kolejowe Wielkopolski (np. na grzyby do Świętna, do Wolsztyna, do Grodziska Wlkp.). Interesująca pozycją w ofercie PKP są wycieczki z wykorzystaniem zabytkowego taboru kolejowego – lokomotyw parowych i wagonów (wyjazd z Poznania

lub Gniezna), a także przejazdy kolejkami wąskotorowymi (np. Środa Wlkp.-Zaniemyśl). Pociągi te mogłyby na stałe wpisać się w ofertę turystyczno-rekreacyjną miasta i regionu.
Generalnie, dostępność komunikacyjną miasta za pośrednictwem kolei należy uznać za zadowalającą.

3.3.3. Komunikacja lotnicza

Transport lotniczy odgrywa we współczesnym świecie coraz ważniejszą rolę. Jego udział w przewozach pasażerskich wzrasta wraz z odległością podróży. Na liniach powyżej 1000km staje się bezkonkurencyjny pod względem szybkości przewozu. Nie bez znaczenia jest także komfort oraz wysokie wskaźniki bezpieczeństwa tej gałęzi transportu. Istnienie na danym obszarze infrastruktury transportu lotniczego (lotnisk wraz z terminalami) sprzyja jego rozwojowi gospodarczemu.
Poznańskie lotnisko na Ławicy istnieje od 1911 roku, ale dopiero od roku 1990 można mówić o spełnianiu przez nie istotnej funkcji komunikacyjnej w krajowym i międzynarodowym transporcie pasażerskim.
Port lotniczy Ławica klasyfikowany jest (wg EER Systems Corporation) jako port regionalny – port zdolny do obsłużenia rozkładowych i nierozkładowych lotów w komunikacji krajowej i w regionalnej komunikacji międzynarodowej oraz do świadczenia innych usług w zakresie lotów dyspozycyjnych, operacji prywatnych statków powietrznych, cargo oraz wykorzystania jako porty zapasowe dla lotnisk międzynarodowych. Port lotniczy Ławica jest lotniskiem cywilnym, ale współużytkowanym przez wojsko. Obszar zajmowany przez Port Lotniczy Poznań wynosi około 360ha, w tym długość pasa startowego wynosi 2500m. Terminal obsługi pasażerskiej składa się z dwóch budynków o powierzchni dostępnej dla pasażerów wynoszącej około 2000m^2. W terminalu znajdują się: kasy biletowo-bagażowe, restauracja, bar, informacja, stanowisko wynajmu samochodów, sklep z upominkami, bank. Obok terminalu znajduje się poczta, parking strzeżony na 200 samochodów, postój taxi, przystanek autobusowy linii 78 i stacja benzynowa.
Port Lotniczy Poznań-Ławica posiada tygodniowo 35 liniowych połączeń do europejskich miast takich, jak: Düsseldorf, Kopenhaga, Drezno, Hannover, oraz 26 regularnych lotów do Warszawy. Połączenia obsługiwane są przez 5 przewoźników, tj.: PLL Lot, Eurolot, SAS, Eurowings i Hamburg Airlines.
Rola lotniska na Ławicy wzrasta, o czym świadczy rosnąca z roku na rok liczba obsługiwanych przez port pasażerów – w 1993 roku port obsłużył 30tys. osób, w 1996 roku prawie 100tys., a w 1998 roku 170 tys. osób. Według szacunków PPL Poznań-Ławica, w roku 2000 z Portu skorzysta około 300tys. pasażerów. Poprzez Port Lotniczy Poznań-Ławica, w roku 1996 przyleciało do Polski 17tys. cudzoziemców, w roku 1997 26 tys., a w roku 1998 ponad 27tys. Tym niemniej, pod względem liczby cudzoziemców przybywających do Polski poprzez dany port lotniczy, Poznań plasuje się dopiero na 5 miejscu (po Warszawie, Krakowie, Katowicach i Gdańsku).
Warto również wspomnieć, iż zasięg oddziaływania poznańskiego lotniska szacowany jest na około 100km, co daje około 6mln potencjalnych pasażerów i jest dobrym wskaźnikiem dla prognozowania strategii rozwojowych portu.

Podkreślić jednak należy fakt, iż możliwości usługowe poznańskiego lotniska pozostają wciąż niewykorzystane (na korzyść lotniska w Warszawie, a także na korzyść lotniska w Berlinie). **Podróżni (przede wszystkim biznesmeni) pragnący dotrzeć do Poznania z innych części kraju lub z zagranicy, często zmuszeni są (z powodu braku połączenia do Poznania) do zakończenia lotu w Berlinie, Warszawie czy Katowicach i stamtąd – najczęściej koleją – dopiero mają możliwość dojazdu do Poznania**. Uciążliwości te mogą powodować spowolnienie rozwoju miasta jako centrum biznesowego, kongresowego, handlowego, naukowego, czy wreszcie turystycznego[42]. Brak połączeń lotniczych Poznania z wielkimi miastami Europy Zachodniej (m.in. z Paryżem, Londynem, Rzymem, Genewą) w znacznym stopniu ogranicza rozwój markowych produktów turystycznych Wielkopolski: turystyki biznesowej i kongresowej, turystyki miejskiej i kulturalnej (określonych w opracowanej przez UKFiT Strategii rozwoju produktu turystycznego Polski jako priorytetowe).

3.3.4. Komunikacja wodna śródlądowa

Za żeglowne drogi śródlądowe uważa się takie, których głębokość umożliwia wykorzystanie ich do racjonalnej żeglugi statków; decydujące znaczenie w tym zakresie ma tzw. głębokość tranzytowa, czyli najmniejsza głębokość występująca na danym odcinku drogi wodnej. Dodatkowo, na jakość i wykorzystanie drogi wodnej silnie wpływają warunki naturalne, takie jak: temperatury, susze i opady. Dlatego też, ten rodzaj transportu charakteryzuje się silną sezonowością.

Wykorzystanie śródlądowych dróg wodnych dla obsługi ruchu turystycznego posiada w Polsce długą tradycję. Jednostki tzw. „Białej Floty" obecne były na większości polskich jezior oraz na żeglownych rzekach w rejonach większych miast. Po okresie regresu w drugiej połowie lat 80-tych, nastąpił ponowny wyraźny wzrost znaczenia tej gałęzi transportu, przejawiający się rosnącą liczbą obsłużonych klientów, jak i liczbą jednostek pływających (rozwój ten widoczny jest przede wszystkim w rejonie Wielkich Jezior Mazurskich oraz na dużych jeziorach w innych regionach kraju).

Poznań położony nad rzeką Wartą oraz posiadający właściwie w swoich granicach 4 jeziora (Maltańskie, Strzeszyńskie, Kierskie i Rusałka) posiada dobre warunki dla rozwoju żeglugi, traktowanej jednak nie jako sposób dotarcia do miasta, lecz jako atrakcja turystyczna. W Poznaniu skorzystać można z rejsu po Warcie statkami spacerowymi na trasie Poznań – Puszczykowo – Poznań (statek „Joanna") oraz na trasie Poznań –Sieraków – Poznań (statek „Jagienka"), a także z rejsu po jeziorze Kierskim (statek „Wielkopolanin 2").

3.4. BIURA PODRÓŻY

Dokładna liczba podmiotów świadczących usługi turystyczne w Poznaniu jest trudna do określenia. Wielkopolska Izba Turystyczna szacuje, że w tej chwili na terenie tzw. dużego Poznania (włączając doń Swarzędz i Kiekrz)

---

[42]we wnioskach i głosach w dyskusji, w zorganizowanej dnia 4 czerwca 1998 roku wspólnej Konferencji Naukowej AE w Poznaniu i Portu Lotniczego Ławica Sp. z oo., dominowały poglądy, iż dostępność komunikacyjna Poznania drogą lotniczą jest wciąż niewystarczająca, czy wręcz słaba.

działa około 120 podmiotów świadczących usługi turystyczne w ramach profilu podstawowego swej działalności, mających w nazwie biuro turystyczne, biuro usług turystycznych czy biuro podróży. Nie uwzględnia się tu zakładów usług socjalnych, które także świadczą między innymi usługi turystyczne. W granicach administracyjnych miasta znajduje się szacunkowo 116 biur podróży, z tego 45 należy do Wielkopolskiej Izby Turystycznej. Łącznie Wielkopolska Izba Turystyczna zrzesza 61 podmiotów z całej Wielkopolski. Dla rozwoju rynku turystycznego Poznania szczególne znaczenie mają te biura, które zajmują się świadczeniem usług z zakresu turystyki przyjazdowej. Ze względu na targowy charakter miasta większość z tych biur zajmuje się obsługą gości targowych. Wśród nich w szczególności na uwagę zasługują[43]:

1. Agencja Turystyczna Karoliny Gnusowskiej-Weiss – zajmuje się grupową turystyką przyjazdową do Polski,
2. Biuro Podróży Paradise, biuro targowe. obsługa gości targowych, kompleksowa obsługa turystyki przyjazdowej grupowej i indywidualnej, organizacja konferencji i kongresów oraz pobytów wypoczynkowych w Wielkopolsce,
3. Paweł – Biuro Usług Turystycznych – turystyka przyjazdowa do Poznania i Wielkopolski dla młodzieży,
4. BORT PTTK – zwiedzania Poznania i okolic, przewodnicy PTTK,
5. Biuro Podróży "Zimny – obsługa gości targowych, noclegi,
6. Inter-Alma - obsługa Poznańskiego Punktu Widokowego w budynku Akademii Ekonomicznej oraz organizacja wycieczek szkolnych,
7. Protea Poland- obsługa gości targowych, organizacja konferencji, turystyka biznesowa z Wielkiej Brytanii,
8. PHU "Przemysław" – obsługa gości targowych – kwatery prywatne.

Prezentowana dalej tabela zawiera wykaz wybranych biur podróży (w szczególności członków Wielkopolskiej Izby Turystyki), które zajmują się organizacją turystyki przyjazdowej na teren Poznania i Wielkopolski, z uwzględnieniem rynków źródłowych w przypadku turystyki zagranicznej, ewentualnych segmentów klientów w przypadku turystyki krajowej, obsługi turystyki biznesowej i wyszczególnieniem instytucji, z którymi biura współpracują. Widoczne są tutaj raczej rzadkie kontakty biur z takimi instytucjami jak: PAPT, Biuro Promocji Miasta czy CIM. Częściej pojawiają się wskazania na współpracę z hotelami.

---

[43] Z.Szymanowski, M.Tomczyszyn: *Poznań, Przewodnik*, Pascal Poznań 1999.

Tabela nr 24

Wybrane biura podróży świadczące usługi z zakresu turystyki przyjazdowej do Poznania

Lp.	NAZWA BIURA	zagraniczna turystyka przyjazdowa- obsługiwane rynki	obsługa kongresów/ targów	krajowa turystyka przyjazdowa - segmenty	informacja turystyczna o Poznaniu	współpraca w zakresie obsługi turystyki przyjazdowej
1.	ATM Biuro Podróży	Niemcy, Wielka Brytania	tak	tak – młodzież szkolna	nie	hotele, biura turystyczne
2.	ATUT-TOURIST Biuro Turystyki i Przewozów	Niemcy, Francja, Wielka Brytania	TAK – pełen zakres usług	nie	nie	PAPT, hotele, restauracje
3.	CAPITOL S.C. Biuro Podróży i Turystyki	Włochy	nie	tak – młodzież szkolna	nie	-
4.	Eurostop	-	tak pełen zakres usług	tak – wg zleceń	tak	hotele
5.	Green Tour Biuro Podróży	Francja, Niemcy, Belgia	tak – rezerwacja noclegów	nie	tak	-
6.	Gromada –Poznań sp. z o.o.	Niemcy, Holandia, Francja	tak – usługi noclegowe	tak – młodzież szkolna, zakłady pracy, klienci indywidualni	tak	hotel "Gromada"
7.	INTER –ALMA	Azja, Niemcy, USA, Włochy	tak	tak – zakłady pracy	tak	biura podróży, hotele, gastronomia
8.	Itaka-Roma-Tour	nie	tak	nie	tak	hotel "Polonez"
9.	Juventur Poznań sp. zo.o.	-	tak	nie	nie	-
10.	Kanion s.c. Biuro Turystyczne	Niemcy, Francja	nie	nie	nie	hotele
11.	KRIMAR s.c.	Austria, Niemcy, Francja, Włochy	tak	zakłady pracy, młodzież szkolna	tak	hotele, firmy obsługujące targi (budowa stoisk, hostessy)
12.	KOLTUR Biuro Usług Turystycznych	nie	tak-usługi transportowe	nie	nie	Polonez , hotele, biura podróży
13.	LITORAL Biuro Turystyczno-Usługowe	nie	nie	TAK – klienci zróżnicowani	nie	-
14.	MATIMPEX TRAVEL Biuro Podróży	nie	tak – rezerwacja noclegów, "oprawa zjazdów, kongresów	tak	tak	Biuro Promocji Miasta, hotele
15.	MAXIMA s.c. Biuro Podróży	Niemcy, Litwa	tak	nie	nie	hotele, restauracje

16.	MERI-SAN Biuro Podróży	Francja, Niemcy	nie	nie	nie	hotele, CIM, rzadziej PAPT
17.	ORBIS sp. z o.o. Polskie Biuro Podróży Oddział Poznań	Niemcy, Holendrzy, Dania	tak – pełen zakres	tak – młodzież szkolna, zakłady pracy	tak	PTTK, hotele ORBIS (Poznań, Merkury, Polonez) hotel Edison, PAN
18.	POLONIA Agencja Turystyczna	Białoruś, Litwa	tak – pełen zakres	nie	tak	PAPT, hotele, ośr. wyp., placówki kult.
19.	PROBUD-TOURS Biuro Podróży	Niemcy	tak – pełen zakres	nie	nie	hotele ORBIS
20.	PROMOTOR Biuro Organizacji Imprez Sportowych i Turystycznych	nie	nie	tak – dzieci młodzież, emeryci, osoby dorosłe	nie	-
21.	RELAKS Firma Rekreacyjno-Turystyczna s.c.	nie	nie	tak – młodzież szkolna	nie	-
22.	SKIPPER s.c. Biuro Podróży	nie	nie	tak – młodzież szkolna, zakłady pracy	nie	-
23.	SPORTS-TOURIST	Niemcy, Francja, Szwajcaria, Holandia, Belgia	tak – pełen zakres usług	tak – młodzież, grupy specjalistyczne, grupy zwiedzające targi	tak	koło przewodników PTTK, hotele, restauracje
24.	TRAPER Biuro Usług Turystycznych	Węgry, Niemcy	nie	nie	nie	biura podróży
25.	TURYSTA Spółdzielnia Turystyczna	nie	tak –wynajem sal, rezerwacja noclegów	tak – młodzież szkolna	nie	
26.	B&T Agencja Turystyczna	nie	tak	tak – młodzież szkolna, zakłady pracy	tak	hotele "Polonez", "Poznań"
27.	Biuro Podróży Paradise	Niemcy, Rosja, Włochy, Szwecja, Holandia	tak – pełen zakres usług	tak – turyści biznesowi, turyści "wycieczkowi", młodzież	tak	CIM, hotele, restauracje, firmy transportowe, przewodnicy, zakłady pracy, placówki kulturalne
28.	Paweł – Biuro Usług Turystycznych,	Niemcy, Czesi, Rosjanie, Francuzi, Holendrzy	nie	młodzież szkolna, grupy rolnicze (POLAGRA)	tak - -	hotele, przewodnicy PTTK, przewoźnicy
29.	BORT PTTK	Niemcy, Wielka Brytania, Rosja, Włochy, Francja	tak – pełen zakres usług	tak – młodzież szkolna, zakłady pracy, turyści indywidualni	tak	PAPT, CIM, hotele prywatni przewoźnicy

Tabela nr 24

Wybrane biura podróży świadczące usługi z zakresu turystyki przyjazdowej do Poznania

Lp.	NAZWA BIURA	zagraniczna turystyka przyjazdowa- obsługiwane rynki	obsługa kongresów/ targów	krajowa turystyka przyjazdowa - segmenty	informacja turystyczna o Poznaniu	współpraca w zakre-sie obsługi turystyki przyjazdowej
1.	ATM Biuro Podróży	Niemcy, Wielka Brytania	tak	tak – młodzież szkolna	nie	hotele, biura turystyczne
2.	ATUT-TOURIST Biuro Turystyki i Przewozów	Niemcy, Francja, Wielka Brytania	TAK – pełen zakres usług	nie	nie	PAPT, hotele, restauracje
3.	CAPITOL S.C. Biuro Podróży i Turystyki	Włochy	nie	tak – młodzież szkolna	nie	-
4.	Eurostop	-	tak pełen zakres usług	tak – wg zleceń	tak	hotele
5.	Green Tour Biuro Podróży	Francja, Niemcy, Belgia	tak – rezerwacja noclegów	nie	tak	-
6.	Gromada –Poznań sp. z o.o.	Niemcy, Holandia, Francja	tak – usługi noclegowe	tak – młodzież szkolna, zakłady pracy, klienci indywidualni	tak	hotel "Gromada"
7.	INTER –ALMA	Azja, Niemcy, USA, Włochy	tak	tak – zakłady pracy	tak	biura podróży, hotele, gastronomia
8.	Itaka-Roma-Tour	nie	tak	nie	tak	hotel "Polonez"
9.	Juventur Poznań sp. zo.o.	-	tak	nie	nie	-
10.	Kanion s.c. Biuro Turystyczne	Niemcy, Francja	nie	nie	nie	hotele
11.	KRIMAR s.c.	Austria, Niemcy, Francja, Włochy	tak	zakłady pracy, młodzież szkolna	tak	hotele, firmy obsługujące targi (budowa stoisk, hostessy)
12.	KOLTUR Biuro Usług Turystycznych	nie	tak-usługi transportowe	nie	nie	Polonez , hotele, biura podróży
13.	LITORAL Biuro Turystyczno-Usługowe	nie	nie	TAK – klienci zróżnicowani	nie	-
14.	MATIMPEX TRAVEL Biuro Podróży	nie	tak – rezerwacja noclegów, "opra-wa zjazdów, kongresów	tak	tak	Biuro Promocji Miasta, hotele
15.	MAXIMA s.c. Biuro Podróży	Niemcy, Litwa	tak	nie	nie	hotele, restauracje

Na uwagę zasługuje fakt, że znikomy odsetek, bo jedynie 4,5% badanych turystów zagranicznych i 5% turystów krajowych uczestniczyło w wycieczkach zorganizowanych przez hotele lub biura podróży. Wydaje się, że możliwości na tym polu są ciągle niewykorzystane.

W szczególności sytuację mogłaby poprawić szersza współpraca biur podróży obsługujących turystykę przyjazdową do Poznania i Wielkopolski z instytucjami świadczącymi usługi informacji turystycznej, jak i współpraca tychże biur z obiektami noclegowymi w mieście.

W obu przypadkach wskazane byłoby promowanie atrakcyjnych pakietów wycieczkowych (na 1, dwa dni po Poznaniu i Wielkopolsce) dla wybranych segmentów turystów (turystyka biznesowa, turystyka wycieczkowa, w tym w szczególności wycieczki szkolne).

3.5. INFORMACJA TURYSTYCZNA

Informacji turystycznej w mieście dostarczają następujące placówki:

1. **Polska Agencja Promocji Turystyki Oddział Wielkopolski** mieszcząca się przy Starym Rynku 59 (tel. 852 98 05 i jednocześnie Centrum Informacji Turystycznej PAPT (tel. 8529805). Można tu uzyskać wszystkie podstawowe informacje o mieście i zachodnim regionie Polski. Są tu do kupienia plany, mapy i książki turystyczne nie tylko o Wielkopolsce, a także legitymacje PTSM oraz karty EURO 26. Aktualnie jest tu niewiele materiałów promujących region, które turysta mógłby uzyskać bezpłatnie. Dostępne przewodniki po Poznaniu: W. Łęcki: „Poznań", Pascal Poznań, w wersjach obcojęzycznych: EUROCARD, mini przewodniki: Poznań.
2. **Regionalna Pracownia Krajoznawcza** mieści się przy ul. Kramarskiej 32 i czynna jest we wtorki i środy w godz. 9-14 oraz w czwartki w godzinach 9-19 (tel. 8527746).Można tu umówić się na przegląd filmów o regionie i Poznaniu, można również skorzystać z ogólnopolskiego komputerowego banku informacji turystycznej "Infotur".
3. **Wielkopolska Izba Turystyczna** mieszcząca się w CK Zamek przy ul. Św. Marcin 80/82 (tel. 8536081, w. 170).
4. Glob Tour na Dworcu Głównym PKP (tel. 866 06 67).
5. **Centrum nad Maltą**, ul. Wiankowa 3, czynne od poniedziałku do piątku w godzinach 8-16, tel. 876 62 02, 876 62 16.
6. **Centrum Informacji Miejskiej** mieszczące się w budynku Arkadii przy ul. Ratajczaka 44 czynne jest od poniedziałku do piątku w godz. 10-19, w soboty i niedziele w godz. 10-17 (tel. 851 96 45). Jest to najmłodsza placówka informacji turystycznej w mieście funkcjonująca od 1998 roku. Dysponuje pełną informacją o gospodarce, usługach dla biznesu, instytucjach naukowych, a także bazą danych o turystyce, kulturze, sporcie, komunikacji i wiadomościach ogólnomiejskich. Informacji udziela w 7 językach: polskim, angielskim, niemieckim, rosyjskim, francuskim, hiszpańskim i włoskim. Służy pomocą osobom przyjeżdżającym do Poznania w celach biznesowych i turystycznych, organizatorom wycieczek, zjazdów, konferencji, uczestnikom zorganizowanych grup turystycznych, także mieszkańcom miasta. Za jego pośrednictwem można dokonać rezerwacji pokoi hotelowych, miejsc w restauracjach. CIM współpracuje z

Kołem Przewodników PTTK. Prowadzi sprzedaż wydawnictw miejskich (IKS, Kronika Miasta Poznania, Biuletyn Miejski), wydawnictw o Poznaniu (plany miasta, przewodniki, albumy) a także biletów na imprezy i do wybranych kin, teatrów, muzeów.

Niestety z niewielkimi wyjątkami (jak np. mapa "Poznań after 5 p.m") brak tu materiałów promujących miasto i region, które zainteresowany turysta mógłby uzyskać bez problemu i bezpłatnie.

W dobie internetu niezwykle istotną rolę propagowania informacji o mieście odgrywa **Miejski Informator Multimedialny** (www.city.poznan.pl) z działami: Witamy w Poznaniu, Historia i Tradycje, Biznes, Kultura, Nauka i edukacja, Zdrowie i pomoc społeczna, Międzynarodowy Poznań, Urzędy i Instytucje, Bezpieczeństwo i wymiar sprawiedliwości, Sport, Turystyka, Aktualności, Warto zajrzeć, Indeks i wyszukiwanie. Jest to jeden z najlepszych w kraju informatorów miejskich, zaprojektowany w przejrzysty sposób, z aktualnymi informacjami o mieście, w tym informacjami turystycznymi. Mankamentem MIM jest brak wersji obcojęzycznych, adresowanych do cudzoziemców odwiedzających Poznań. Rosnąca rola promocji miasta przez internet jest bezsprzeczna i nie wymaga szerszego uzasadnienia. Zatem warto by stopniowo rozszerzać ofertę informacyjną zwłaszcza poprzez dodatkowe odnośniki (linki) do stron internetowych informacji turystycznej, bazy noclegowej, gastronomicznej, biur podróży i innych podmiotów świadczących usługi turystyczne, które to odnośniki w niedalekiej przyszłości umożliwiłby rezerwację określonych usług za pośrednictwem internetu.

Wyniki badań przeprowadzonych przez autorów niniejszego opracowania wskazują, że ponad połowa badanych turystów krajowych ocenia informację turystyczną jako dobrą (tabela nr 24). Prawie jedna trzecia uważa, że usługi te świadczone są na poziomie średnim, 6% turystów uznaje je za bardzo dobre. Jakość usług na poziomie złym oceniło 10% badanych, jedynie 1%, że są one bardzo złe. Ocena informacji turystycznej przez turystów zagranicznych wypada nieco gorzej w porównaniu z oceną turystów krajowych, co zapewne należy tłumaczyć ciągle niedostateczną ilością publikacji w językach obcych i znajomością języków obcych (tabela nr 25).

Tabela nr 25

Ocena informacji turystycznej w opinii badanych turystów przyjeżdżających do Poznania w 1999 r.

ocena	turyści krajowi (%)	turyści zagraniczni (%)
bardzo dobra	6	10
dobra	51	40
średnia	32	25
zła	10	22
bardzo zła	1	3
	100	100

Źródło: opracowano na podstawie ankiety „Turystyka w Poznaniu".

Elementem wpływającym na ocenę informacji turystycznej w mieście jest łatwość poruszania się po nim, na co niewątpliwie ma wpływ prawidłowe oznakowanie ulic. Ocenę oznakowania ulic Poznania w opinii badanych przedstawia tabela nr 26.

Tabela nr 26

Ocena oznakowania ulic m. Poznania w opinii badanych turystów przyjeżdżających do Poznania w 1999 r.

ocena oznakowania ulic	turyści krajowi (%)	turyści zagraniczni (%)	mieszkańcy miasta (%)	branża turystyczna (%)
bardzo dobra	1	2	1	4
dobra	39	31	26	27
średnia	44	35	51	48
zła	12	26	16	16
bardzo zła	4	6	6	5
razem	100	100	100	100

Źródło: opracowano na podstawie ankiety „Turystyka w Poznaniu".

Chociaż ogólna ocena informacji turystycznej w opinii badanych wypada na poziomie powyżej przeciętnego, to jednocześnie w odpowiedzi na pytanie, co zdaniem badanych należałoby uczynić dla rozwoju ruchu turystycznego w Poznaniu, relatywnie największe grupy turystów krajowych (21%) i turystów zagranicznych (28%) podkreślały konieczność poprawy informacji turystycznej w mieście, a w tym: lepszego oznakowania miasta, obiektów turystycznych (w tym w językach obcych), zwiększenia dostępności punktów it. Podobną opinię reprezentowało 22% mieszkańców Poznania i 15% przedstawicieli branży turystycznej.

Nasuwają się zatem następujące wnioski:

1. **konieczność poprawy oznakowania, wyeksponowania punktów informacji turystycznej** – zwłaszcza informacja turystyczna prowadzona przez PAPT na Starym Rynku– pierwszoplanowym miejscu koncentracji ruchu turystycznego - jest słabo oznakowana, dla części turystów niewidoczna,
2. konieczność stworzenia warunków do dłuższej pracy informacji w sezonie turystycznym,
3. **usprawnienie działalności istniejących punktów informacji turystycznej na dworcu PKP, stworzenie punktów informacji turystycznej na dworcu PKS oraz w Porcie Lotniczym "Ławica",**
4. **konieczność zwiększenia dostępności do informacji turystycznej** W dobie tak ogromnej mnogości informacji coraz ważniejszą rolę odgrywa właśnie jej dostępność; dlatego pożądanym rozwiązaniem byłoby **udostępnienie materiałów promujących miasto w możliwie największej ilości punktów sprzedaży** – poza CIM, PAPT również w księgarniach i kioskach oraz wyraźne oznaczenie tych punktów, jako miejsc, gdzie można otrzymać plan miasta z zaznaczonymi atrakcjami turystycznymi miasta i krótkim ich opisem. Publikacja taka powinna powstać w j. polskim, j. angielskim i

j.niemieckim w nawiązaniu do oznakowanych miejskich szlaków turystycznych. W związku z tym, **należy zintensyfikować współpracę pomiędzy placówkami informacji turystycznej a:**

- ***obiektami noclegowymi miasta,*** w celu zwiększenia dostępności materiałów promujących turystyczną atrakcyjność miasta (walory krajoznawcze, wypoczynkowe) w pokoju hotelowym bezpośrednio do dyspozycji gościa, (pakiet taki zawierać mógłby: plan miasta, mapę okolic, rozkład komunikacyjny, podstawowe informacje o atrakcjach turystycznych – mapę szlaków turystycznych z propozycjami programu na określony czas (jednodniowy, dwudniowy, trzydniowy), aktualny repertuar imprez kulturalnych - repertuar kin, teatrów, sal koncertowych itp.). Należy podkreślić przy tym, że prowadzona w sposób profesjonalny informacja turystyczna w obiektach noclegowych może przyczyniać się do przedłużenia pobytów stwarzając tym samym gościom szereg motywacji do pozostania, gdyż np. warto byłoby zwiedzić nie widziane dotąd obiekty, wziąć udział np. w festiwalu czy innej odbywającej się w tym czasie imprezie kulturalnej. W holach poznańskich hoteli, moteli można byłoby ustawić stelaże z materiałami promocyjnymi, np. folderami o poszczególnych obiektach turystycznych, o imprezach itp.
- ***biurami podróży zajmującymi się obsługą turystyki przyjazdowej (zagranicznej i krajowej)*** poprzez m.in. dostarczanie materiałów promujących miasto.

Aby realizacja powyższych sugestii była możliwa proponuje się powołanie Agencji Promocji Turystyki (Wielkopolskiej lub Poznańskiej), a w jej ramach sieci punktów informacji turystycznej. APT zrzeszałaby wszystkie instytucje i firmy, w tym przedstawicieli branży turystycznej (obiektów noclegowych, biur podróży, Koła Przewodników PTTK), zainteresowane świadczeniem usług w zakresie informacji turystycznej.

3.6. OBIEKTY SPORTOWO-REKREACYJNE

Zgodnie z danymi przedstawionym w tabeli 28 na terenie miasta znajduje się blisko 600 obiektów uważanych za sportowo-rekreacyjno-wypoczynkowe (zgodnie z nazewnictwem i podziałami stosowanymi w administracji); wskaźnik: 1,065/na 100 mieszkańców[44]. Rozmieszczenie obiektów (urządzeń) jest proporcjonalne do wielkości dzielnic miasta. Najwięcej obiektów występuje w dużych powierzchniowo dzielnicach miasta (Nowe Miasto, Stare Miasto, Grunwald), wyraźnie mniej obiektów jest w małych dzielnicach (Wilda, Jeżyce). Około 20 % stanowią obiekty szkolne, wykorzystywane podczas lekcji wychowania fizycznego i innych szkolnych zajęć sportowo-rekreacyjnych. Obiekty zarządzane są głównie przez miasto, a także przez wojsko, policję, kolej i osoby fizyczne.

Należy podkreślić, że dostępność wielu obiektów dla mieszkańców miasta jest ograniczona ze względu na ich podporządkowanie klubom i organizacjom sportowym, do których należą. Istnieją obiekty, które są całkowicie wyłączone z powszechnego użytkowania w zakresie wypoczynku

---

[44] J.Bogucki, W.Staniewska-Zątek, Z.Łomiński: *Warunki rekreacji* ... opt.cit. s. 155-173.

(rekreacji ruchowej) np. stadiony sportowe, tor samochodowy, tor łuczniczy, tor regatowy, strzelnice. Całkowicie dostępne dla powszechnej rekreacji ruchowej są natomiast place gier i zabaw, korty tenisowe, pływalnie kryte i otwarte, stok narciarski, ośrodek jeździecki, kręgielnie i inne.

Stan ilościowy bazy nie zabezpiecza w wystarczający sposób potrzeb sportu i wypoczynku. Wiele obiektów jest w złym i bardzo złym stanie technicznym; istnieją nawet szkoły pozbawione podstawowych obiektów sportowych (boisko, sala gimnastyczna). Występują obiekty całkowicie zdewastowane, wręcz porzucone (np. stadion przy ul. Dolna Wilda) lub o zmienionej funkcji np. baseny pływalni przy ul. Niestachowskiej pełnią obecnie funkcje okresowych magazynów żywych ryb, na boiskach przez lata wykorzystywanych na cele sportowe wybudowano kompleks Multikina (ul. Królowej Jadwigi), strzeżony parking (ul. Rolna) lub zajezdnię MPK (ul. Forteczna). Wysokim standardem technicznym odznacza się zaledwie kilka obiektów sportowych wybudowanych z zastosowaniem nowoczesnych technologii, m.in. nowe boisko wielofunkcyjne i korty przy Akademii Wychowania Fizycznego, boisko do gry w hokeja na trawie przy ul. Promienistej, stok narciarski i tor saneczkowy Malta-Ski. W dobrym stanie technicznym i właściwie użytkowane są prawie wyłącznie obiekty duże:

- hala widowiskowo-sportowa „Arena";
- kompleks obiektów Towarzystwa Sportowego „Olimpia" w Golęcinie (zachodni klin zieleni);
- stadion piłkarski Poznańskiego Klubu Kolejowego „Lech";
- kompleks sportowo-rekreacyjny przy ul. Chwiałkowskiego;
- kompleks toru regatowego Malta wraz z campingiem.

W Poznaniu wiele obiektów nie spełnia wymagań mieszkańców i niej jest przez nich wykorzystywana, np. kręgielnia w Ośrodku Przywodnym Rataje. Nie są w żadnej mierze zaspokojone potrzeby na pływalnie, brak jest lodowiska, czy toru wrotkowego, bardzo nieliczne są sauny (głównie w hotelach). Wiele zamierzeń jest od lat wyłącznie na etapie zmieniających się koncepcji, np. budowa obiektów rekreacyjno-leczniczych wykorzystujących ujęcia wód geotermalnych na Malcie. Jednocześnie rozbudowywane są istniejące urządzenia na Malcie, np. oddanie do użytku toru saneczkowego. Nie zostały odbudowane urządzenia służące rekreacji przed laty, np. wieża spadochronowa w Parku Sołackim. Brak jest klasycznego ogrodu jordanowskiego (zagospodarowanie istniejących zostało zmienione). Bardzo nieliczne są strzelnice (broń pneumatyczna i palna kulowa).

Sporty wodne nie mogą być w pełni realizowane ze względu na jakość wody nie odpowiadającej wymogom określonym przepisami ustawy - Prawo wodne (co najmniej II klasa czystości). W myśl tej ustawy sporty wodne na rzece Warcie (kajakarstwo, wioślarstwo) winny być całkowicie wstrzymane do czasu osiągnięcia wymaganej klasy czystości.

Praktycznie na terenie miasta Poznania i w jego najbliższej okolicy istnieje zakaz używania sprzętu motorowodnego, ze względu na wyznaczone nad jeziorami strefy ciszy. W ostatnich latach pojawiły się w mieście i w jego najbliższej okolicy obiekty (głównie prywatne podmioty gospodarcze)

świadczące usługi cieszące się dużym zainteresowaniem mieszkańców. Wymienić można wśród nich:

- kluby jeździeckie (wypożyczalnie konia pod wierzch), m.in. Puszczykowo, Strzeszynek, Kiekrz;
- korty tenisowe (także zakryte - „pod balonem") np. Morasko, Luboń, Sierosław;
- zjeżdżalnie do wody (tzw. „ślimaki"; np. Hotel La Paloma w Niwce, Jez. Rusałka);
- siłownie i kluby fitness;
- łowiska ryb (wędkowanie rekreacyjne) np. Bogucin, Różany Potok;
- urządzenie do skoków bungge nad jeziorem Maltańskim;
- kompleks rekreacyjny Niku.

Podstawowe wnioski ogólne:

- brak obiektów kameralnych, zlokalizowanych w rejonie miejsca zamieszkania, w pełni wyposażonych w niezbędne urządzenia sportowe, rekreacyjne, zaplecze socjalne i towarzyszące (gastronomia, urządzenia sanitarne, sauny, kluby);
- brak budowy nowych obiektów i nowoczesnego wyposażenia obiektów istniejących;
- brak wystarczającej liczby basenów pływackich (w tym brak basenów otwartych całorocznych z wodą ciepłą i gorącą) i obiektów do rekreacji wykorzystujących wodę (zjazdy na kaskadach, wypożyczalnie łodzi do spacerów na stawach parkowych, zjeżdżalnie zamknięte);
- brak nowoczesnego lodowiska i toru wrotkowego;
- brak wystarczającej liczby urządzeń dla deskorolek;
- brak powszechnego dostępu do sal sportowych (istniejące sale szkolne są na ogół bardzo słabo wyposażone).

3.7. SZLAKI TURYSTYCZNE

Chociaż możliwości rozwoju (projektowania i wykonania) różnego rodzaju tras turystycznych na obrzeżach miasta Poznania są bardzo duże, to jednak jako dotąd wyznaczono i oznakowano tylko kilka szlaków turystycznych (tabela 29). Niezależnie od korzystania ze szlaków turystycznych, powszechnie znane są także przechadzki po trasach formalnie nie oznakowanych. Przykładem mogą być następujące trasy[45]:

- Śródka - Ligowiec (wzdłuż rzeki Cybiny) – długość 16 km (wschodni klin zieleni);
- Naramowice - Dębiec (wzdłuż rzeki Warty) – długość 16 km (północny – południowy klin zieleni);
- Golęcin - Winogrady (częściowo wzdłuż Potoku Bogdanka) – długość 4 km (zachodni klin zieleni).

Sieć tras komunikacyjnych w atrakcyjnych krajobrazowo częściach miasta pozwala na tworzenie rozmaitych wariantów ich przebiegu. Umożliwiają one także przedłużenie przyjętych tras w kierunku istniejących szlaków oznakowanych, które prowadzą poza granice miasta. Ocenia się, że szczególnie

---

[45] J.Bogucki, W.Staniewska-Zątek, Z.Łomiński: *Warunki rekreacji* ... opt.cit. ,s. 155-173.

odczuwalny jest brak wytyczonych i oznakowanych szlaków turystycznych na następujących trasach:

- Śródka - Zieliniec – Kobylnica;
- w dolinie Warty na odcinku Naramowice - Dębiec.

Bardzo słabo rozwinięte jest zagospodarowanie wzdłuż tras spacerowych i szlaków turystycznych. Infrastruktura ta najlepiej rozwinięta jest, mimo ciągłej dewastacji ze strony użytkowników, na terenach lasów komunalnych (dane z 1995 r.) (tabela 30). Brak jest w mieście wyznaczonych ścieżek dydaktycznych (np. wykorzystywanych przez nauczycieli dla potrzeb różnego rodzaju zajęć tematycznych).

3.8. TRASY ROWEROWE

W mieście wyznaczono cztery oznakowane trasy rowerowe (łączna długość 7,8 km) i trzy nie oznakowane drogi rowerowe (łączna długość 2,7 km)[46]:

a) oznakowane trasy rowerowe

- droga rowerowa Osiedle Lecha - Stary Rynek – długość 4,3 km
- droga rowerowa wzdłuż ul. Bukowskiej (odcinek między ul. Bukowską a ul. Skrzatów Leśnych) – długość 1,2 km
- droga rowerowa łącząca tereny nad jeziorem Rusałka i jez. Strzeszyńskim - oznakowany jest tylko odcinek o długości 1,3 km nad jeziorem Rusałka

b) nie oznakowane drogi rowerowe

- droga rowerowa wzdłuż ul. Szelągowskiej (odcinek między Al. Armii Poznań a ul. Serbską) - długość 1 km
- droga rowerowa wzdłuż ul. Dąbrowskiego - odcinek między ul. Żeromskiego a ul. Szpitalną o długości 0,6 km (trasa ta do 1993 roku była drogą rowerową oznakowaną).

Podstawową infrastrukturą tras i dróg rowerowych są miejsca postojowe (parkingi) dla rowerów. Parkingi o takim przeznaczeniu, odpowiednio przygotowane i zlokalizowane, znajdują się przed budynkami wielu szkół i uczelni, sklepami rowerowymi, na Placu Kolegiackim przed Urzędem Miejskim, na Placu Wolności oraz przed niektórymi zakładami pracy. W wielu ważnych miejscach dla ruchu rowerowego (np. obiekty sportowe, biblioteki, gmachy urzędów państwowych, dworce PKP, dworzec PKS), parkingów rowerowych brak.

Należy podkreślić, że szczególnie duże natężenie rekreacyjnego ruchu rowerowego w mieście występuje na terenach rekreacyjnych, na których nie ma wydzielonych tras rowerowych. Są to głównie następujące tereny: Park Cytadela, Malta i okolice, dolina Potoku Bogdanka, osiedla mieszkaniowe. Rowerzyści korzystają z dróg przeznaczonych dla ruchu pieszego, co stwarza duże zagrożenie zarówno dla pieszych, jak i dla rowerzystów i jest powodem wypadków. Lokalizacja i zagospodarowanie dróg rowerowych było przedmiotem zainteresowania Rady Miejskiej, która określiła swoje stanowisko w sprawie dalszego rozwoju tej infrastruktury[47] Ocenia się jednak, że realizacja przyjętych

---

[46] J.w.

[47] Uchwała nr XXII/146/91 Rady Miejskiej z dnia 26 marca 1991 r. w sprawie dróg rowerowych.

ustaleń w sprawie rozwoju dróg rowerowych nie jest zadowalająca i nie rozwiązuje w pełni wzrastających potrzeb zwiększającej się liczby rowerzystów.

Drogi rowerowe nie są ujęte w ciąg systemu komunikacyjnego miasta oraz nie łączą się z planowaną wojewódzką siecią dróg rowerowych. Pozytywnym przykładem może być niedawno oddana trasa rowerowa z Poznania do Pobiedzisk (Park Krajobrazowy Promno) Szczególnie potrzebne są drogi rowerowe łączące osiedla mieszkaniowe ze śródmieściem, co jest istotne wobec wzrastającego ruchu samochodowego i słabego rozwoju publicznych środków transportu.

Tabela nr 27

Obiekty sportowe i rekreacyjne miasta Poznania

Lp.	Obiekt	Dzielnice miasta:					Razem
		A	B	C	D	E	
1	stadiony	-	1	2	2	2	7
2	hale sportowe	-	1	1	-	-	2
3	boiska do gier wielkich	2	9	6	2	7	26
4	boiska do gier zespołowych, w tym:	59	61	73	26	24	243
	asfaltowe	32	53	58	21	20	184
	trawiaste	26	8	15	5	4	58
	kortowe	1	-	-	-	-	1
5	korty tenisowe	21	26	13	14	11	85
6	place gier i zabaw	2	1	12	3	9	27
7	lodowiska	-	1	-	-	-	1
8	baseny, w tym:	3	2	3	3	2	13
	otwarte	1	-	1	-	1	3
	kryte	1	2	2	1	1	7
	kąpieliska	1	-	-	3	-	4
9	sale sportowe	46	52	38	21	19	176
10	tory sportowe, w tym:	2	-	2	-	-	4
	łucznicze	-	-	1	-	-	1
	samochodowe	-	-	1	-	-	1
	narciarskie	1	-	-	-	-	1
	regatowe	1	-	-	-	-	1
11	kręgielnie	1	-	1	-	2	4
12	strzelnice	1	1	1	1	-	4
13	ośrodki jeździeckie	-	-	-	1	-	1
14	ścieżki zdrowia	-	-	1	1	-	2
RAZEM		**137**	**155**	**153**	**74**	**76**	**595**

Dzielnice miasta: A - Nowe Miasto, B - Stare Miasto, C – Grunwald, D – Jeżyce, E - Wilda

Źródło: Zestawienie wykonane przez Z. Łomińskiego na podstawie danych Urzędu Miejskiego w Poznaniu; patrz: J.Bogucki, W.Staniewska-Zątek, Z.Łomiński: *Warunki rekreacji. W: Środowisko naturalne miasta Poznania.* Część I. Urząd Miejski w

Poznaniu, Wydział Ochrony Środowiska, Poznań 1996, str. 155-173 (rozdział 4.2.2. *Obiekty sportowo-rekreacyjne miasta*; opracowanie Z. Łomiński).

Tabela nr 28

Szlaki turystyczne w mieście Poznaniu i na jego obrzeżach

Oznaczenie szlaku	Trasa	Położenie w mieście	Długość w km
zielony	Golęcin-Strzeszynek-Krzyżowniki	w granicach miasta	13,5
żółty	Osiedle Batorego-Morasko-Osiedle Sobieskiego	w granicach miasta	10,6
żółty	Sypniewo-Daszewice-Marlewo	w granicach miasta	6,7
żółty	Spławie-Nowa Wieś Poznańska	częściowo poza granicami miasta	6,8
niebieski	Tulce-Dolna Michałówki-Darzybór	częściowo poza granicami miasta	7,1
żółty i czerwony	Kobylnica-Dziewicza Góra-Czerwonak	całkowicie poza granicami miasta, ale w bezpośrednim jego sąsiedztwie	13,5

Źródło: Zestawiono w oparciu o opracowanie B. Kucharskiego: *Znakowane szlaki turystyczne woj. poznańskiego*. Wyd. Polska Agencja Promocji Turystycznej, Poznań 1994.

Tabela nr 29

Infrastruktura zagospodarowania rekreacyjnego lasów komunalnych

Lp.	Rodzaj urządzenia/Typ zagospodarowania	Infrastruktura	
		istniejąca	projektowana
1	miejsca biwakowe	2,07 ha	2,15 ha
2	miejsca wypoczynku	5,64 ha	9,16 ha
3	place zabaw i gier oraz boiska sportowe	3,22 ha	0,11 ha
4	polany widokowe	48,52 ha	
5	miejsca postoju pojazdów	1,82 ha	0,06 ha
6	parkingi leśne	4,96 ha	
7	plaże	0,80 ha	
8	ośrodki wczasowo-wypoczynkowe	0,70 ha	
9	kempingi drewniane	19 szt.	
10	kempingi murowane	2 szt.	
11	kioski	9 szt.	
12	skrzynie na odpady	4 szt.	
13	zadaszenia	6 szt.	10 szt.
14	stoły	27 szt.	35 szt.
15	ławy i siedziska	306 szt.	163 szt.

16	tablice informacyjne	43 szt.	8 szt.
17	pojemniki na odpady	55 szt.	104 szt.
18	sanitariaty	32 szt.	14 szt.
19	miejsca na ognisko	2 szt.	4 szt.
20	punkty widokowe	4 szt.	50 szt.
21	drogi, ścieżki spacerowe, szlaki turystyczne	59.490 m	570 m
22	schody z poręczami		120 szt.
23	mostki lub kładki		5 szt.
24	ścieżki dydaktyczne		1500 m

Źródło: *Rozwój lasów komunalnych w aspekcie polityki ekologicznej Państwa*. Zarząd Lasów Komunalnych m. Poznania, Poznań 1995.

3.9. BAZA PARATURYSTYCZNA

Infrastruktura paraturystyczna (towarzysząca) obejmuje te instytucje i urządzenia, których egzystencja nie opiera się na popycie turystycznym, lecz ich znaczenie dla obsługi ruchu turystycznego jest niezwykle istotne. Podstawowe znaczenie bazy paraturystycznej polega między innymi na tworzeniu z baza turystyczną kompleksowej oferty usługowej, podnoszeniu poziomu świadczonych usług podstawowych, czy też na umożliwieniu turystom pełniejszego (bogatszego) wypełnienia czasu wolnego. Baza paraturystyczna obejmuje zatem wiele różnego rodzaju instytucji i urządzeń, zaspokajających potrzeby turystów związane z ich pobytem na danym terenie, czyli m.in.: instytucje i urządzenia z zakresu kultury i rozrywki, z zakresu handlu detalicznego i usług rzemieślniczych, , z zakresu usług bankowych, telekomunikacyjnych i łączności, z zakresu oświaty i informacji, z zakresu zdrowia, usług komunalnych i bezpieczeństwa publicznego.

Podkreślić należy fakt, iż w chwili obecnej niektóre z elementów infrastruktury towarzyszącej, szczególnie handel i rzemiosło, ulegają tak szybkim zmianom (ilościowym i jakościowym), że ich statystyczne mierniki dezaktualizują się nawet z miesiąca na miesiąc. Tym niemniej, zaprezentowanie stanu tych elementów nawet w określonym momencie, pozwala wzbogacić wiedzę o poziomie zagospodarowania miasta.

3.9.1. Obiekty kulturalno-rozrywkowe Poznania

Obiekty i urządzenia kulturalno-rozrywkowe stanowią niezwykle istotne uzupełnienie oferty bazy turystycznej, z tego względu, iż bardzo często one same lub świadczone przez nie usługi są czynnikiem generującym ruch turystyczny lub przyciągającym znaczną część jego uczestników. Głównymi reprezentantami tego sektora są, przede wszystkim: teatry, opery, filharmonie, galerie, kina, domy kultury, kluby i parki rozrywki. Przez większą część roku, instytucje te wykorzystywane są głównie przez mieszkańców danego obszaru (np. teatry, kina, galerie, domy kultury), tym niemniej, w sezonie turystycznym stanowią one istotny element składający się na atrakcyjność turystyczną miasta.

Poznań, jako stolica regionu i miasto zamieszkałe przez prawie 600tys. osób, charakteryzuje się dobrym wyposażeniem w obiekty i urządzenia kulturalno-

rozrywkowe. Ogółem w Poznaniu jest 12 teatrów, jedna filharmonia, 12 kin, prawie 30 galerii, kilkanaście domów kultury i klubów, 5 dyskotek, 3 kluby nocne i 4 salony gier (tabele: 30,31,32)[48].

Tabela nr 30

Kina w Poznaniu

Kina	Lokalizacja
Apollo	ul.Ratajczaka 18
Bałtyk	ul.Roosevelta 22
Dąbrówka	os.B.Chrobrego 117
Gwiazda	al.Marcinkowskiego 28
Malta	ul.Filipińska 5
Multikino	ul.Królowej Jadwigi 51
Muza	ul.Św.Marcin 30
Olimpia	ul.Grunwaldzka 22
Pałacowe	ul.Św.Marcin 80/82
Rialto	ul.Dąbrowskiego 38
Słońce	os.Przyjaźni 120
Wilda	ul.Wierzbięcice 36/38

Źródło: Centrum Informacji Miejskiej i Multimedialny Informator Miejski.

Poznańskie kina dysponują łącznie prawie 6000 miejsc. Największym obiektem jest działające od trzech lat Multikino, dysponujące 8 salami kinowymi z około 2300 miejscami i nowoczesnym systemem dźwięku. Nowoczesne sale kinowe posiadają także kino Wilda, Apollo oraz Muza. W kilku poznańskich kinach działają Dyskusyjne Kluby Filmowe (Muza, Rialto, Pałacowe).

Tabela nr 31

Galerie miasta Poznania

Galerie	Lokalizacja
Arsenał	Stary Rynek
U Jezuitów	ul.Dominikańska 8
ABC Gallery	ul.Wroniecka 17
Galeria Gołębia 10	ul.Wrocławska 10
Galerie Garbary 48	ul.Garbary 48
Galeria ON	ul.Fredry 7
Anna Kareńska Gallery	ul.Kramarska 15
Galeria Polony	ul.Św. Marcin 63
Polonez Gallery	ul.Świętosławska 10
Galeria mil'Art	ul.Wroniecka 6
Galeria Techne	pl.Wolności 5
Galeria YES	ul.Św. Marcin 32
Galeria na Piętrze	ul.Masztalarska 81
Galeria FS	ul.Kościuszki 74
Galeria Merkury	ul.Roosevelta 20

[48] teatry, muzea, towarzystwa i ośrodki kultury zostały omówione w rozdziale I niniejszej pracy.

Galeria Pod Lipami	os.Pod Lipami 108
Galeria Garncarstwa i Ceramiki Artystycznej Ręcznie Robionej	ul.Woźna 4
Galeria Sztuki Użytkowej EGO	ul.Dominikańska 7a
Galeria Sztuki Współczesnej i Pracownia Gobelinu	ul.Woźna 21
Poznańska Galeria Nowa	ul.Paderewskiego 7
Za Bramką	pl.Kolegiacki 16
Międzynarodowe Centrum Sztuki	ul.Jackowskiego 5/7
Ikonosfera	ul.Św.Marcin 80/82
Galeria Fotografii	ul.Św. Marcin 80/82
Galeria Sztuki Współczesnej PROFIL	ul.Św.Marcin 80/82

Źródło: Centrum Informacji Miejskiej i Multimedialny Informator Miejski.

Galerie, zlokalizowane przede wszystkim w obrębie Starego Rynku, prezentują dzieła z zakresu niemal wszystkich form twórczości plastycznej: malarstwa, grafiki, rzeźby, fotografiki, ceramiki, tkactwa i wielu innych. Wiele z nich zajmuje się organizacją wystaw autorskich, promocją młodych twórców poznańskich. Prawie wszystkie galerie prowadzą sprzedaż wystawianych dzieł. Nie sposób jest nie docenić znaczenia poznańskich galerii w kształtowaniu wizerunku miasta. **Sztuka polska** (zwłaszcza grafika, plakat, biżuteria artystyczna) **od lat cieszy się niesłabnącym powodzeniem wśród turystów z Europy Zachodniej i Japonii, dlatego też obecność galerii i antykwariatów na Starym Rynku i otaczających go uliczkach (a nie banków) niezwykle podnosi atrakcyjność turystyczną miasta.**

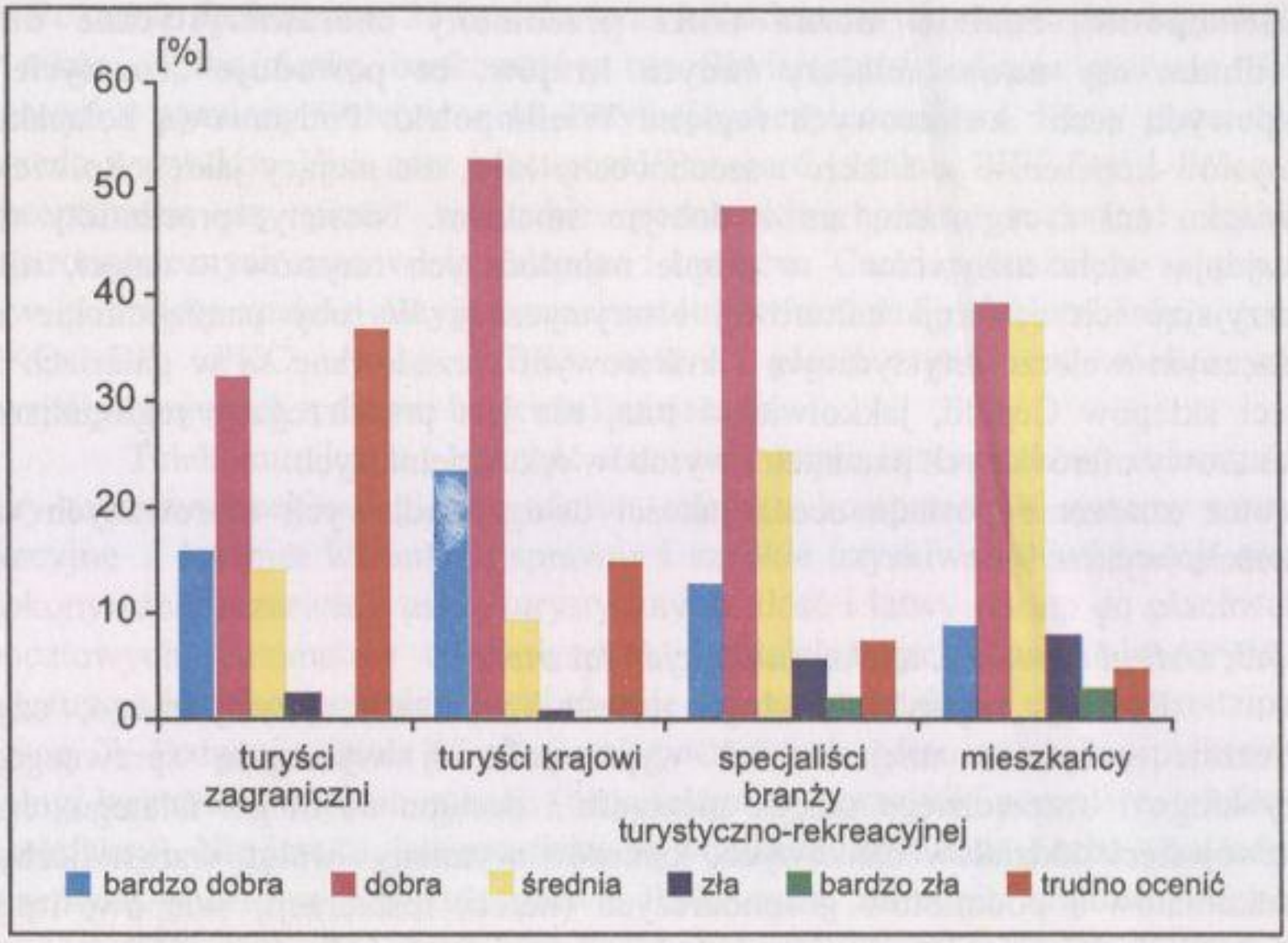
Z punktu widzenia obsługi ruchu turystycznego, działalność domów kultury, klubów i dyskotek posiada zdecydowanie mniejsze znaczenie aniżeli działalność wcześniej wymienionych instytucji, albowiem ich oferta jest adresowana przede wszystkim do mieszkańców miasta (zwłaszcza oferta osiedlowych domów kultury). Tym niemniej, w pewnym zakresie kształtują one wizerunek miasta jako ośrodka kulturalnego i rozrywkowego, zwłaszcza w zakresie organizowania (współorganizowania) festynów, koncertów, imprez o charakterze rekreacyjno-rozrywkowym. Stosunkowo istotne znaczenie posiada tutaj działalność kasyn – zlokalizowane w obrębie dużych poznańskich hoteli (Merkury i Polonez) stanowią jedną (i często najłatwiej dostępną) z propozycji rozrywkowych miasta. Usługi kulturalno-rozrywkowe dostępne w Poznaniu oceniane są dość wysoko - zasadniczo dominuje ocena dobra. W grupie turystów, zwłaszcza zagranicznych spory odsetek respondentów nie potrafi ocenić tej sfery usług - może to świadczyć poniekąd o ich niedostatecznej promocji.

Tabela nr 32

Domy kultury, kluby, dyskoteki i salony gier w Poznaniu

Domy Kultury	Lokalizacja
Bajka	os.Wichrowe Wzgórze
Jędruś	os.Armii Krajowej 101
MDK	ul.Jarochowskiego 1
MDK Harcówka	ul.Za Cytadelą
Orbita	os.Kosmonautów 118
ODK	ul.Cyniowa 11
ODK Jagiellonka	os.Jagiellońskie 120
ODK Jubilat	os.Tysiąclecia 30
Słońce	os.Przyjaźni 120
Kluby muzyczne	
Blue Note	ul.Św.Marcin 80/82
Czerwony Fortepian	ul.Wroniecka 18
Kluby nocne	
Hotel Polonez	al.Niepodległości 36
Hotel Poznań	pl.W.Andersa 1
Palladium	ul.Św.Marcin 80
Kluby studenckie	
Agora (Akademia Rolnicza)	ul.Zamenhofa 20
Cicibór	ul.Piątkowska 80
Eskulap(Akademia Medyczna)	ul.Przybyszewskiego 39
Nurt (Akademia Rolnicza)	ul.Dożynkowa 9
Trops (Akademia Wychowania Fizycznego)	ul.Św.Rocha 9
Dyskoteki	
Jama	ul.Chwiałkowskiego 35/37
Studio Jack Live	ul.Działyńskich 10
Disco Club Browar	ul.Śniadeckich 12
Blue Box	ul.Świętojańska 2
Planet Disco	ul.Starołęcka 50
Salony gry	
Casino's Poland (Hotel Merkury)	ul.Roosevelta 20
Queens Casino (Hotel Polonez)	al.Niepodległości 36
Cafe Bingo	ul.Wrocławska 25a
Pool Bilard Club	ul.Przystań 1

Źródło: Centrum Informacji Miejskiej i Multimedialny Informator Miejski.



Wykres nr 8. Jakość usług kulturalno-rozrywkowych w Poznaniu w 1999 roku (w opinii turystów zagranicznych, krajowych, specjalistów branży turystyczno-rekreacyjnej i mieszkańców miasta)

Źródło. Wyniki badań ankietowych „Turystyka w Poznaniu", Instytut Turystyki, Poznań 1999.

3.9.2.Handel detaliczny i rzemiosło

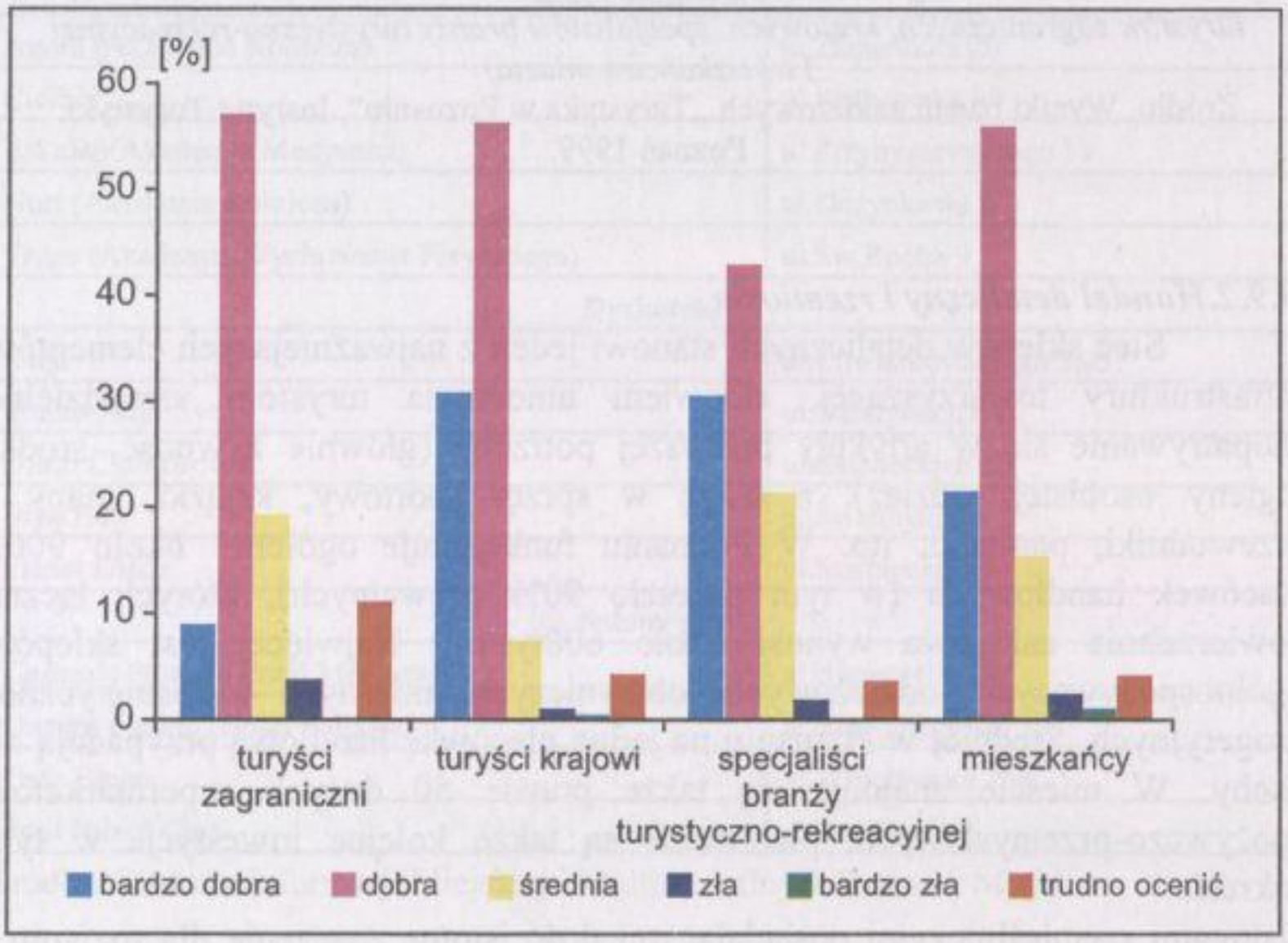
Sieć sklepów detalicznych stanowi jeden z najważniejszych elementów infrastruktury towarzyszącej, albowiem umożliwia turystom samodzielne zaopatrywanie się w artykuły pierwszej potrzeby (głównie żywność, środki higieny osobistej, odzież), a także w sprzęt sportowy, książki, mapy i przewodniki, pamiątki, itp. W Poznaniu funkcjonuje ogółem około 9000 placówek handlowych (w tym przeszło 90% prywatnych), których łączna powierzchnia usługowa wynosi około 600tys.m^2. Najwięcej jest sklepów ogólnospożywczych, odzieżowych, obuwniczych, mięsnych i kosmetyczno-drogeryjnych. Średnio, w Poznaniu na jedną placówkę handlową przypadają 64 osoby. W mieście znajduje się także prawie 50 dużych supermarketów spożywczo-przemysłowych, planowane są także kolejne inwestycje w tym zakresie.

Usługami rzemieślniczymi posiadającymi dość istotne znaczenie dla rozwoju i obsługi ruchu turystycznego są usługi pamiątkarskie (rozumiane jako wytwarzanie i sprzedaż pamiątek). Branża ta reprezentowana jest w Poznaniu przez kilkadziesiąt drobnych zakładów rzemieślniczych, artystów ludowych, grafików i malarzy, których wyroby nabyć można na Starym Rynku oraz w okolicznych galeriach i sklepach Cepelii. Szkoda tylko, że **w wielu kioskach i sklepach z pamiątkami, obok pamiątek charakterystycznych dla**

Wielkopolski, znaleźć można także przedmioty charakterystyczne dla Podhala, czy nawet folkloru innych krajów, co powoduje „rozmycie" typowych cech kulturowych regionu Wielkopolski. Podstawową bolączką turystów-koneserów jest także wszechobecny kicz, nie mający jakiegokolwiek związku ani z regionem, ani z dobrym smakiem. Niestety, przedmioty te znajdują wielu nabywców w grupie najmłodszych turystów – dzieci, nie sprzyjając ich edukacji kulturowej i turystycznej. Wyroby pamiątkarskie o znacznym walorze artystycznym i kulturowym sprzedawane są w galeriach i sieci sklepów Cepelii, jakkolwiek i tutaj nie jest przestrzegany regionalizm kulturowy oferowanych pamiątek i wyrobów rękodzielniczych.
Istotne znaczenie posiada ocena jakości usług handlowych oferowanych w mieście (wykres 9).

3.9.3. Usługi bankowe, telekomunikacja i łączność

Rozwój turystyki, obsługa uczestników ruchu turystycznego, czy wreszcie pobyt w miejscowości wypoczynkowej wymagają sprawnego, szybkiego i bezpiecznego obiegu pieniądza i dostępu do niego. Dlatego też, rozwój sieci oddziałów bankowych, kantorów wymiany walut, wzrost liczby bankomatów i podmiotów gospodarczych (hoteli, restauracji, sklepów, itp.) akceptujących karty płatnicze i czeki nabiera coraz większego znaczenia.



Wykres nr 9. Jakość usług handlowych w Poznaniu (w opinii turystów zagranicznych, krajowych, specjalistów branży turystyczno-rekreacyjnej i mieszkańców miasta)
Źródło. Wyniki badań ankietowych „Turystyka w Poznaniu", Instytut Turystyki, Poznań 1999.

W Poznaniu funkcjonuje 35 banków oraz kilkadziesiąt ich ekspozytur i agencji, a także kilkadziesiąt bankomatów umożliwiających podjęcie gotówki, 16 kantorów wymiany walut oraz 42 instytucje ubezpieczeniowe. Karty płatnicze, przede wszystkim Visa oraz Mastercard/Eurocard, a także PBK Styl i Polcard akceptowane są przez wszystkie poznańskie hotele, większość lokali gastronomicznych oraz wiele sklepów i butików. Czeki podróżnicze są przez ww. podmioty rzadziej przyjmowane, natomiast czekami polskich banków (np. PKO BP, PKO S.A., WBK) można płacić tylko w nielicznych (współpracujących z danym bankiem) miejscach.

Telekomunikacja i łączność stanowią równie istotne sektory infrastruktury towarzyszącej w regionie; telefon, telefaks, komputerowe systemy rezerwacyjne i Internet warunkują sprawne i szybkie uzyskiwanie informacji oraz dokonywanie rezerwacji usług turystycznych. Ilość i łatwy dostęp do placówek pocztowych, automatów telefonicznych i telefaksowych pozwalają turyście odczuwać komfort psychiczny w zakresie łatwego kontaktu z domem, rodziną, pracą. W Poznaniu działa 65 placówek pocztowych, oferujących kompleksowe usługi łączności i telekomunikacji (listy, telegramy, przesyłki pocztowe, telefony i telefaksy). Nie jest to, jak na miasto tej wielkości zbyt duża liczba - na jedną placówkę pocztową przypada prawie 9000 osób ,a średnia krajowa wartość wynosi 4700 osób. Pod względem ilości abonentów telefonicznych, Poznań ze wskaźnikiem 354 abonentów na 1000 mieszkańców, plasuje się na wysokiej pozycji (średnia krajowa wartość 169 abonentów na 1000 osób). Komputerowe systemy rezerwacyjne stosowane są w wielu poznańskich biurach podróży i hotelach, do najczęściej używanych zaliczyć należy system WorldSpan, Amadeus, Galileo. Jakość usług telekomunikacyjnych w Poznaniu oceniana jest jako dobra (prawie 50% respondentów wszystkich badanych grup).

3.9.4. Środki masowego przekazu

We współczesnym świecie, zdominowanym przez środki masowego przekazu, szczególna rolę odgrywają media regionalne, które mają możliwość szybkiego i najbardziej aktualnego przekazu informacji, poruszania spraw specyficznych dla danego regionu i ważnych dla jego mieszkańców i funkcjonujących na jego obszarze podmiotów gospodarczych.

Mediami posiadającymi w Poznaniu podstawowe znaczenie są: telewizja, radio i prasa. Trudno jest tutaj określić wagę każdego z tych mediów, albowiem każde z nich posiada swoją stałą i liczna grupę odbiorców i każde spełnia ważne funkcje w życiu miasta i regionu. Telewizja jako środek masowego przekazu reprezentowana jest w Poznaniu przede wszystkim przez ośrodek regionalny Telewizji Polskiej S.A. (PTV) oraz przez sieci telewizji kablowej: Wielkopolską Telewizję Kablową i Winogradzką Telewizję Kablową. W Poznaniu działa 11 stacji radiowych, w tym 5 o charakterze informacyjno-kulturalnym, 4 rozgłośnie muzyczne i 2 środowiskowe (radio studenckie i radio katolickie).

Prasa poruszająca problematykę regionalną, to przede wszystkim:

- dzienniki: Głos Wielkopolski, Gazeta Poznańska, Gazeta Wielkopolska (regionalny dodatek do Gazety Wyborczej), Życie Wielkopolski (regionalny dodatek do Życia),
- miesięczniki: Biuletyn Miejski, IKS, Arkusz,

- kwartalniki: Kronika Miasta Poznania, Kronika Wielkopolski.

Ogólnopolski charakter posiadają takie poznańskie czasopisma (siedziba redakcji mieści się w Poznaniu), takie jak:

- tygodniki: Wprost, Poznaniak,
- miesięczniki: Press – Media, Reklama, Public Relations, a także Menu, Czas Kultury, Gazeta Targowa,
- dwumiesięczniki: Art. & Bussines, Gazeta Malarzy i Poetów.

Szczególne znaczenie informacyjno-kulturalne w zakresie obsługi ruchu turystycznego posiada wydawany przez Wydawnictwo Miejskie IKS – Poznański Informator Kulturalny, Sportowy i Turystyczny. Miesięcznik ten stanowi najbardziej przydatny osobom przyjezdnym, a także i mieszkańcom miasta, informator prezentujący życie kulturalne Poznania, kalendarium imprez kulturalnych, rekreacyjnych, sportowych oraz wykaz instytucji kulturalno-rozrywkowych, obiektów noclegowych, gastronomicznych, sportowo-rekreacyjnych. Wszystkie informacje podawane są w języku polskim oraz języku angielskim.

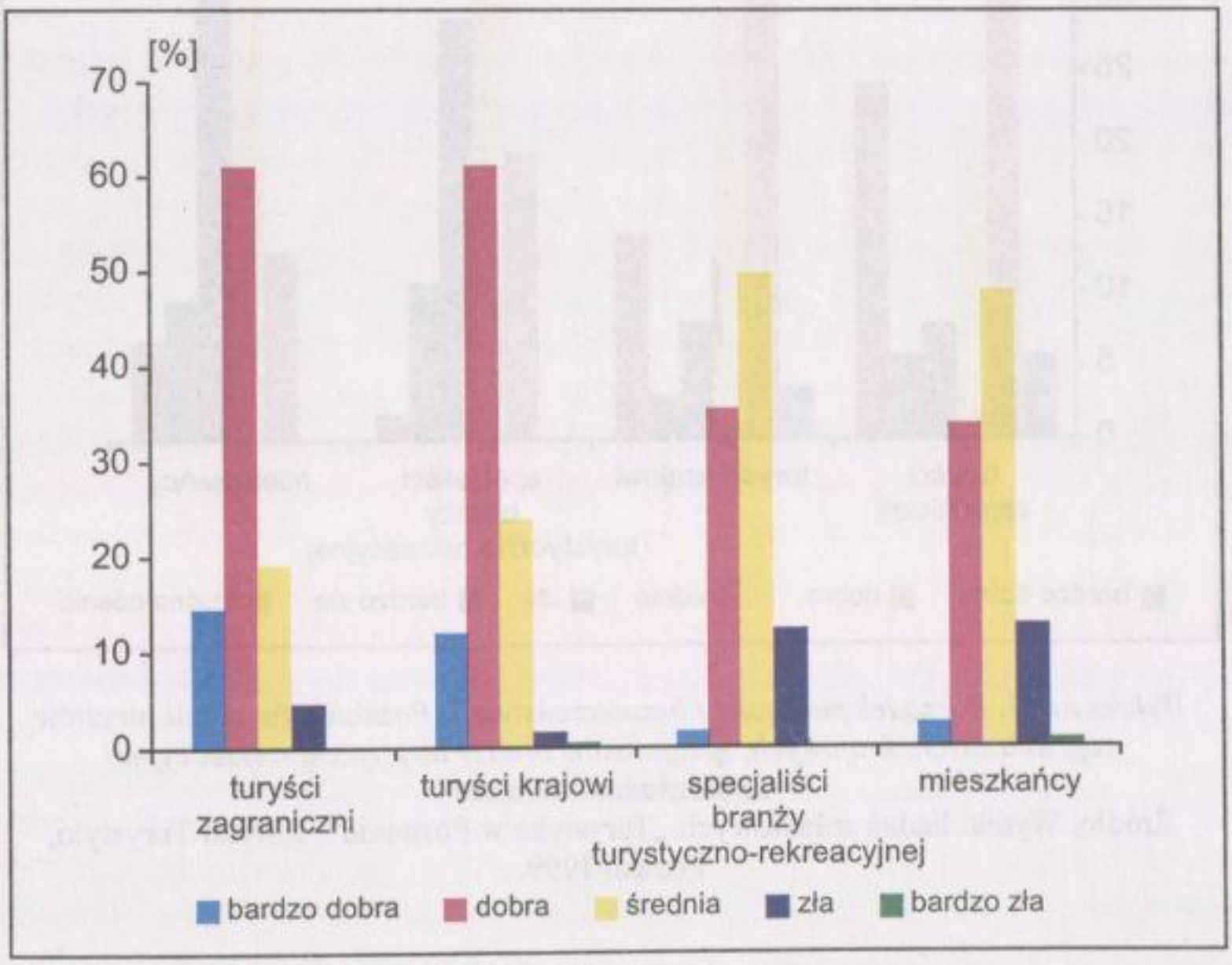
Niemniej ważne znaczenie (a może nawet najważniejsze, w dobie powszechnego wykorzystania Internetu) posiada Miejski Informator Multimedialny, stanowiący kompendium informacji o życiu miasta (wykaz instytucji, obiektów, urządzeń, imprez, itp., dostępny pod adresem: www.city.poznan.pl) ,Informator „Interaktywny Poznań" (kultura, zdrowie, sport, nauka, gospodarka, komunikacja, turystyka, rozrywka, dostępny pod adresem: www.info.poznan.pl), uzupełniająco także udostępniony poprzez Internet - Biuletyn Miejski (działania władz miejskich, adres: www.bm.poznan.pl). **Istotne jest, aby informacje dostępne poprzez sieć Internet były na bieżąco aktualizowane, a ich zakres wciąż rozszerzany, wzbogacany o możliwość zakupu czy rezerwacji towarów i usług. Konieczne jest także przekazywanie w/w informacji w wersjach obcojęzycznych.**

3.9.5. Służba zdrowia, usługi komunalne, bezpieczeństwo publiczne

Usługi z zakresu ochrony zdrowia, usługi komunalne, bezpieczeństwo publiczne stanowią istotny (a często pomijany) element infrastruktury, wpływający na percepcję miasta przez osoby przyjezdne. Turysta, przekonany o możliwości dostępu do szybkiej i fachowej pomocy lekarskiej w razie jakiegokolwiek wypadku, czy nagłego zachorowania, czuje się w danej miejscowości swobodniej, chce w niej przebywać dłużej, nie obawia się o swoje zdrowie (zdrowie przebywającej razem z nim rodziny). Sfera ta pozostaje jednak w Polsce wciąż nie do końca zorganizowana. Pomimo reformy opieki zdrowotnej, stwierdzić można, iż polski turysta przebywający czasowo poza miejscem swego zamieszkania nadal posiada dość utrudniony dostęp do bezpłatnej pomocy lekarskiej (przychodni i gabinetów specjalistycznych) i zmuszony jest korzystać z usług gabinetów prywatnych. W tym zakresie, znajduje się on nawet w gorszej sytuacji, niż turysta zagraniczny, który płacąc za udzieloną w Polsce pomoc lekarską (zarówno w publicznej służbie zdrowia, jak i prywatnej), po powrocie do swego kraju otrzymuje zwrot poniesionych kosztów, zgodnie z wystawioną na czas podróży polisą ubezpieczeniową. Tym niemniej, zauważyć należy, iż wizerunek polskiej służby zdrowia nie jest zadowalający – szczególnie

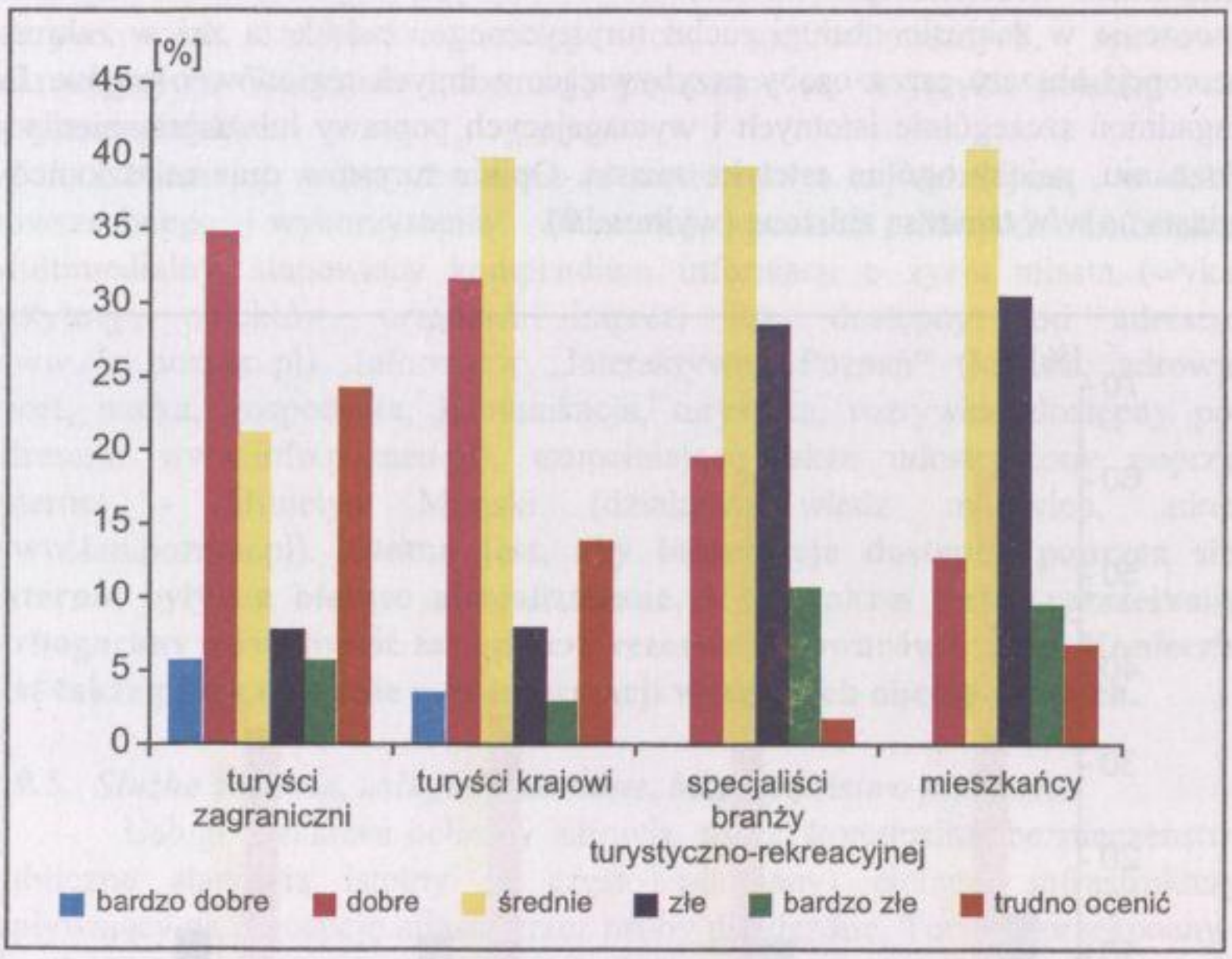
w zakresie obiektów szpitalnych i przychodni oraz wyposażenia publicznej służby zdrowia. Sprawia on, iż nawet w przypadku lekkiego zachorowania, turyści zagraniczni wolą przerwać wakacje w Polsce i wrócić do miejsca swego zamieszkania. W Poznaniu jest ogółem 18 szpitali (ponad 5tys. łóżek), 163 przychodnie i prawie 150 aptek, a porad udziela przeszło 2tys. lekarzy różnych specjalności.

Usługi komunalne, do których zaliczyć należy przede wszystkim zaopatrzenie w wodę, energię elektryczną i gaz, a także ciepłownictwo, oczyszczanie, budownictwo mieszkaniowe oraz - charakteryzowaną już wcześniej- komunikację miejską, są jednym ze strategicznych sektorów warunkujących przede wszystkim poziom życia mieszkańców, lecz także komfort pobytu przebywających na tym terenie turystów. Jakość i charakter gospodarki komunalnej centrów biznesowo-turystycznych posiada ogromne znaczenie w zakresie obsługi ruchu turystycznego, zwłaszcza zaś w zakresie percepcji obszaru przez osoby przybywające z innych regionów i krajów. Do zagadnień szczególnie istotnych i wymagających poprawy lub usprawnienia w Poznaniu, należy ogólna estetyka miasta. Opinie turystów oraz mieszkańców miasta na w/w temat są zbliżone (wykres 10).



Wykres nr 10. Estetyka Poznania (w opinii turystów zagranicznych, krajowych, specjalistów branży turystyczno-rekreacyjnej i mieszkańców miasta)
Źródło. Wyniki badań ankietowych „Turystyka w Poznaniu", Instytut Turystyki, Poznań 1999.

Niezwykle istotnym czynnikiem silnie wpływającym na wizerunek danego kraju jest poczucie bezpieczeństwa turysty (wśród cech danego regionu decydujących o jego atrakcyjności turystycznej, bezpieczeństwo wymieniane jest na pierwszym miejscu![49]). Poczucie bezpieczeństwa, czyli braku zagrożenia życia, zdrowia, utraty mienia w znacznym stopniu wpływa na rozmiary ruchu turystycznego na danym obszarze. Żaden turysta nie będzie podejmował podróży do kraju, w którym zagrożone będzie życie, zdrowie czy mienie jego i jego rodziny. Zauważyć należy, iż na tym polu Polska postrzegana jest jako kraj „średnio" bezpieczny (głównie, jeśli chodzi o kradzieże, a zwłaszcza kradzieże samochodów), ale z roku na rok poczucie bezpieczeństwa turystów przybywających do Polski stopniowo wzrasta.



Wykres nr 11. Porządek publiczny i bezpieczeństwo w Poznaniu (w opinii turystów zagranicznych, krajowych, specjalistów branży turystyczno-rekreacyjnej i mieszkańców miasta)
Źródło. Wyniki badań ankietowych „Turystyka w Poznaniu", Instytut Turystyki, Poznań 1999.

Od ogólnej percepcji całego kraju (jako bezpiecznego lub nie) zależy w dużej mierze percepcja miast, w tym także Poznania. Zasadniczo miasto Poznań

[49] por. M.Perry: *Comparison of Tourist Destination Image as Perceived by Travelers and Travel Agents* [w] *New Pespectives and Policies Proceedings*, International Conference of Tourism, Turcja 1978.

uważane jest za dość bezpieczne, ale zauważyć należy, iż turyści wyżej oceniają bezpieczeństwo i porządek publiczny w mieście, aniżeli jego mieszkańcy. Wynika to oczywiście z faktu, iż czasowo przebywający w Poznaniu turyści oceniać mogą tylko sytuacje zagrożenia (życia, zdrowia, mienia) bezpośrednio ich dotyczące lub mające miejsce w trakcie ich pobytu i nagłaśniane przez media. Mieszkańcy miasta, niejako na co dzień „bombardowani" wiadomościami o aktach przemocy, oceniają ład i bezpieczeństwo znacznie surowiej (wykres 11).

Zapewnienie ładu i porządku publicznego w mieście jest nie tylko zadaniem policji i straży municypalnej, ale to przede wszystkim te instytucje rozliczane są z tych działań. W Poznaniu, nad bezpieczeństwem mieszkańców i turystów czuwa Komenda Wojewódzka Policji, Komenda Rejonowa oraz Komisariaty Policji zlokalizowane w różnych punktach miasta, a także powołana do życia w 1991 roku Straż Miejska.

Rozdział 4
PROPOZYCJE PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH DLA MIASTA POZNANIA

Analiza walorów turystycznych Poznania oraz infrastruktury turystycznej i paraturystycznej na jego obszarze, przy uwzględnieniu podstawowych charakterystyk turystów krajowych i zagranicznych odwiedzających stolicę Wielkopolski, pozwalają na bliższe scharakteryzowanie produktów turystycznych, na których naszym zdaniem należy koncentrować się w realizacji niniejszej strategii rozwoju rynku turystycznego Poznania.

Wyboru produktów turystycznych dla miasta Poznania dokonano na bazie tzw. produktów markowych polskiej turystyki, opracowanych przy udziale ekspertów zagranicznych i krajowych przez Urząd Kultury Fizycznej i Turystyki oraz przy uwzględnieniu ich konkurencyjności na krajowym i międzynarodowym rynku turystycznym.

Przez konkurencyjność należy rozumieć w tym przypadku to, czy oferta turystyczna Poznania będzie odpowiadała oczekiwaniom przyjeżdżających turystów krajowych i zagranicznych i w jakim stopniu spełniać będzie standardy międzynarodowego rynku turystycznego.

4.1. PRODUKTY DLA TURYSTYKI BIZNESOWEJ I KONGRESOWEJ

Turystyka biznesowa i kongresowa, będąc jednym z pięciu produktów markowych polskiej turystyki[50], obejmuje organizację kongresów, konferencji, wystaw, targów, spotkania biznesowe oraz podróże i wyjazdy motywacyjne.

Eksperci firmy konsultingowej - autorzy strategii krajowego produktu turystycznego (Austrian Tourism Consultans) - zredagowali (wobec menedżera marki interesującego nas produktu) kilka postulatów, w tym :

- potrzebę wykorzystania przyjazdów biznesowych do integrowania ofert typowo turystycznych z usługami hotelarskimi i wszelkimi usługami wykorzystywanymi przez osoby podróżujące w interesach,
- tworzenia „koalicji" firm, zapewniających najwyższe usługi hotelarskie (4-5 gwiazdkowe) z zakresu różnych atrakcji turystycznych, w celu szerszego otwarcia miast dla biznesmenów,
- tworzenie spółek z udziałem administracji publicznej - władz lokalnych - i firm z branży turystycznej w celu promowania możliwości organizowania zjazdów, konferencji w Polsce,
- promowania Polski jako kraju docelowego dla turystyki motywacyjnej,
- potrzebę inwestowania w infrastrukturę stwarzającą dogodne, zgodne z międzynarodowymi standardami warunki do organizacji konferencji i wystaw oraz
- potrzebę promowania głównych miast Polski jako miejsc organizowania konferencji i wystaw.

---

[50]Konstruowanie produktu markowego w oparciu o ustanowione wymogi i kategoryzację standardów jest działaniem orientowanym na klienta i z natury rzeczy rodzi jego przychylność, pozytywne nastawienie. Systematyczne osiąganie wysokich standardów, poprzez innowację, kreatywność, oryginalność, i wyjątkowość nadają takiemu produktowi status unikalnej oferty sprzedaży (USP - Unique Selling Proposition). Oczywiście pakiet świadczeń produktu markowego wymaga również prezentacji w markowym opakowaniu.

Jak z powyższego wyliczenia wynika szereg obowiązków (zadań) adresowanych jest bezpośrednio lub pośrednio pod adresem przemysłu turystycznego, jak i władz administracyjnych różnych szczebli.

Przypomnieć tu również należy wybrane produkty w obszarze turystyki biznesowo-kongresowej, a opracowanych na lata 1997-2000. Są to następujące produkty:

1. Ośrodki konferencyjne w Polsce,
2. Targi i wystawy Polskie zapraszają,
3. Podróż w nagrodę (Incentive trips),
4. Biznes w Polsce ? Zapraszamy ! oraz
5. Polskie Centrum Kongresowe.

Objęcie patronatem UKFiT w.w produktów oznacza możliwość pozyskania przez zainteresowane podmioty różnorodnej pomocy menedżera marki w celu poprawy jakości zgłaszanych ofert, oraz możliwość wykorzystania w skali lokalnej i regionalnej jego dorobku koncepcyjnego i programowego. I tak, wspomnieć trzeba o słusznej inicjatywie dokonania oceny „stanu zagospodarowania" obszaru turystyki biznesowej. W wyniku tych prac okazało się m.in., że wbrew pozorom, brakuje dostatecznej ilości profesjonalnych form organizacyjnych, tj. firm świadczących tego rodzaju usługi oraz, że brak też odzwierciedlenia rangi tych produktów w badaniach naukowych i infrastrukturze materialnej. Przystąpiono więc do tworzenia komputerowej bazy danych o obiektach konferencyjnych, ich wyposażeniu m.in. w urządzenia rekreacyjne, wyposażenia sal oraz o organizatorach konferencji i kongresów.

Rezultatem tych zabiegów jest m.in.: wydany katalog obiektów konferencyjnych i organizatorów konferencji pt: "Konferencje w Polsce". Katalog ten (polsko-angielsko-niemiecki) zawiera dane o 118 obiektach konferencyjnych oraz oferty 21 biur, profesjonalnych organizatorów konferencji. Jest kwestią zastanawiającą, dlaczego do wspomnianego katalogu zgłoszonych zostało jedynie 5 obiektów poznańskich, (czyżby zaważyły koszty ?), tj. oprócz Centrum Edukacji i Informacji Gospodarczej są to 4 hotele orbisowskie (Merkury, Novotel, Polonez, Poznań) oraz jeden, profesjonalny organizator turystyki biznesowo-kongresowej (BP „Paradise" Sp z oo). Dodajmy przy okazji, że na atrakcyjność oferty hotelowej negatywnie rzutuje brak niemal wszelkich urządzeń rekreacyjnych (Merkury i Centrum Edukacji i Inicjatyw Gospodarczych), zaś hotel Poznań i Polonez dysponują jedynie sauną i solarium.

Ponadto organizowano konferencje (V 1997 - Krajowa Konferencja „Turystyka biznesowa w Polsce 1997-2000. Szanse - możliwości - oferty") z udziałem doświadczonych wykładowców - praktyków z zagranicy, imprezy promocyjne w postaci Forum Turystyki Biznesowej. Tu uczestnicy mieli możliwość prezentacji i sprzedaży ofert - swoich produktów. Dalej przygotowano i opublikowano Program Tworzenia Produktów Markowych Turystyki Biznesowej na lata 1998-2000. Spośród licznych dokonań odnotujmy fakt wzbogacenia infrastruktury instytucjonalnej o niedawno utworzone Stowarzyszenie „Konferencje i Kongresy w Polsce" (zarejestrowane przez Sąd Wojewódzki w Warszawie w dniu 28.04.1998 - sygn. akt VII Ns Rej. St 427/98).

W zakresie produktu kongresowo-konferencyjnego na uwagę zasługują następujące fakty:

- zorganizowania wspólnego, narodowego stoiska podczas największych targów turystyki biznesowej w świecie (I-1998 - Genewa, X-1998-Chicago)
- uruchomienie i realizacja programu „Ambasadorów Kongresów Polskich"
- rozpoczęcie działalności Polskiego Centrum Konferencji i Kongresów.

Jak widać, ten pobieżny przegląd dokonań krótkiego okresu wdrażania produktu markowego turystyki biznesowo-kongresowej jest próbą nadgonienia straconego czasu i osiągnięcia, dzięki wsparciu branży turystycznej przez czynniki administracyjne, mocniejszej pozycji Polski w rankingu europejskich organizatorów konferencji, kongresów i ofert dla świata biznesu.

Inicjatywy te doskonale korespondują z najnowszymi trendami i tendencjami światowego rynku. P. Flackett - szef najbardziej prestiżowego genewskiego salonu turystyki biznesowej (EIBTM) - ocenia, że rynek incentive i corporate travels potroi się w roku 2000 w stosunku do r. 1990 i osiągnie wartość 56 mld dolarów. Ocenia się, że uczestnik międzynarodowej konferencji czy seminarium, wydaje średnio 5-krotnie więcej niż turysta „zwykły" (z USA, Kanady, Japonii ok. 1300-1400 dol.; z Europy Zach. - bez Niemców - 326). Ale pamiętać należy, że w podobnej skali rosną też oczekiwania, co do jakości usług ze strony decydentów (decision makers, meeting planners, human resources managers). Poprawa jakości zatem, osiągnięcie standardów europejskich czy amerykańskich, jest kluczem do osiągania lepszej pozycji Polski w rankingu krajów - organizatorów turystyki kongresowej i biznesowej.

Należy jednak podkreślić, iż wg oficjalnych danych w roku 1998 procentowy udział segmentu podróży służbowych do Polski zmniejszył się z 45,8 % do 34,7 %[51] . Zapewne w części jest to skutek spadku przyjazdów z krajów byłego ZSRR (łącznie o 9,4 %), ale w pewnym stopniu jest to reakcja na niekorzystne tendencje makroekonomiczne oraz na wyrównywanie się poziomu cen towarów i usług między Polską a krajami zachodnimi.

Również władze miasta Poznania dostrzegły potrzebę wspomagania tego sektora gospodarki, głównie poprzez działalność promocyjną. Przeważająca część dokonań ma oczywiście charakter pośredni. Można stwierdzić, iż samorządowy sektor publiczny staje się powoli pożądanym partnerem: przemysłu turystycznego i najważniejszych podmiotów promujących Poznań dla biznesu i kongresów. Mamy tu na uwadze - obok WIT - przede wszystkim Wielkopolską Izbę Przemysłowo-Handlową, niedawno powstały Sejmik Gospodarczy Województwa Wielkopolskiego, Stowarzyszenie Gmin Regionu Wielkopolski oraz Polską Agencję Promocji Turystyki (ta ostatnia w fazie reorganizacji w związku z powołaniem POT i tworzeniem jej oddziałów regionalnych).

Nie wnikając głębiej w analizę systemu instytucjonalnych relacji między tymi podmiotami, niekwestionowanym wydaje się wniosek, iż są one dalece niezadowalające. Aktywność poszczególnych instytucji koncentruje się na własnych polach działania, co daje w efekcie słabo wykształconą sieć ich wzajemnych powiązań. Ponadto jesteśmy świadkami poczynań reorganizacyjnych, likwidowania jednych i tworzenia nowych struktur, co nie stwarza dobrego klimatu dla konstruktywnych prac koncepcyjnych i działań realizacyjnych. Zapewne tylko w części jest to rezultat odgórnych reform systemowych, w części zaś „efektem" ambicji ludzi i zbędnego partyjniactwa w działalności publicznej. Zmiany kadrowe i organizacyjne w sektorze administracji nie zawsze też automatycznie oznaczają „nową jakość". Kończąc ten wątek na temat kapitału społecznego Poznania nieodzownym wydaje się sformułowanie postulatu o konieczności znaczącego poszerzenia współpracy głównych członów umownego „Partnerstwa dla Poznania". Przewodniczącym takiego gremium

---

[51] *Turystyka Polska 1998*, UKFiT, Warszawa 1999, str. 13.

winna być osoba posiadająca niekwestionowany autorytet w świecie gospodarki, nauki lub kultury poznańskiej.

Oczywiście celem nadrzędnym wszelkich poczynań władz miasta w zakresie omawianych tu produktów jest przyczynianie się do dynamicznego rozwoju poznańskiej infrastruktury i budowania przyjaznego klimatu dla spotkań biznesowych i organizacji konferencji i kongresów. Dotychczasowe dokonania w postaci wydawnictw promocyjnych („Informator dla organizatorów konferencji", „Rynek nieruchomości w Poznaniu", „Lokalizacja inwestycji w Poznaniu", foldery: „Poznań w liczbach", „Noclegi w Poznaniu", informator „Miasto Poznań informuje") uczestnictwa w stosownych imprezach wystawienniczych i targowych (np.: MIPIMSY-Cannes, ITB Berlin, Inwestcity Poznań), uruchamianie kolejnych punktów informacji na terenie miasta, stworzenie logo miasta („Poznań gra FAIR"), postrzegać należy jako konieczny i niezbędny kapitał doświadczeń dla lepszej i efektywniejszej pracy w przyszłości. Przede wszystkim więc nieodzowne jest wzbogacanie tych składników produktu turystycznego, które zestawione razem w pakiecie służą zaspokojeniu potrzeb biznesmenów i uczestników kongresu. Rdzeniem produktu turystyki biznesowo-kongresowej jest pięć następujących elementów:

1. dostęp do sali obrad (najlepiej jedna sala większa i dwie, trzy mniejsze),
2. nocleg w dogodnej odległości i na oczekiwanym poziomie usługi,
3. wyżywienie,
4. możliwość wynajmu sprzętu konferencyjnego,
5. sprawna obsługa organizacyjna.

Wszystkie wymienione usługi objęte być winny cennikiem, co umożliwia klientowi orientację w przewidywanym koszcie imprezy. Analizując zasoby miasta Poznania w w.w. zakresie nasuwają się następujące konkluzje. W zakresie obiektów konferencyjnych, według informatora dla organizatorów konferencji, Poznań dysponuje łącznie 39 obiektami o różnej wielkości sal i stopniu ich wyposażenia. Wydaje się, że zorganizowanie znaczącej liczebnie imprezy kongresowej (do około 4 tys. uczestników) jest możliwe wyłącznie w hali ARENA. Wymienione w informatorze obiekty (wprawdzie w różnym stopniu) dysponują stosownym wyposażeniem audiowizualnym, a często również zapleczem gastronomicznym. Możliwość organizacji znaczących konferencji znacznie powiększy się z chwilą oddania do eksploatacji Centrum Kongresowo-Biznesowego. W zakresie bazy noclegowej brak w Poznaniu obiektów o bardzo wysokim standardzie, czyli hoteli 4 i 5 gwiazdkowych. Stosunkowo dobrze jest rozwinięta sieć hoteli 3 i 2 gwiazdkowych (odpowiednio 11 i 5). Pocieszający jest fakt, iż obecnie według analizy polskiego rynku usług hotelarskich[52] rynek poznański jest drugim po Warszawie najszybciej rozwijającym się rynkiem hotelowym w Polsce.

Nadmieńmy też, że rozmowy prowadzone są z przedstawicielami najbardziej renomowanych na świecie sieci hotelowych (Mariott, Radison SAS, Genesis, Accor), i konkretne decyzje są zapewne kwestią najbliższej przyszłości.

Badania dotyczące bazy gastronomicznej Poznania sugerują odważną tezę, iż ten sektor usług budzi najmniej obaw i zastrzeżeń. Ilość bowiem obiektów gastronomicznych wzrosła w ciągu ostatnich kilku lat prawie dwukrotnie, dając możliwość satysfakcji każdej kategorii konsumentów. Wykaz restauracji z podziałem

---

[52] Ekspertyza brytyjskiej firmy HVS International.

na kuchnie narodowe zawiera wspomniany „Informator dla organizatorów konferencji" (jego mankamentem jest brak wersji obcojęzycznych). Bazę gastronomiczną uzupełniają wykwintne kluby (Art and Business, Club Elite, i inne) oraz puby i kawiarnie. Generalnie oferta poznańska w tym zakresie jest zadowalająca. Dodajmy tu, iż badania nasze dowodzą, szczególnej atrakcyjności lokali położonych w obrębie Starego Rynku, który postrzegać należy jako szczególną wizytówkę i najchętniej odwiedzany rejon Poznania. Z tego powodu obszar ten winien być objęty szczególną ochroną władz miejskich, głównie w celu zapewnienia bezpieczeństwa i przyjaznego turystom klimatu.

W zakresie organizatorów konferencji wspomniany katalog „Konferencje w Polsce" prezentuje - co wydaje się być faktem zupełnie niezrozumiałym - jedynie jednego profesjonalnego organizatora usług biznesowo-kongresowych. Jest nim BP „Paradise". Lecz już najnowsze wydawnictwo WIT (Członkowie Wielkopolskiej Izby Turystycznej, Poznań 1999) wymienia 17 podmiotów trudniących się organizacją targów i wystaw gospodarczych oraz 26 biur zajmujących się obsługą uczestników kongresów i targów. Przy czym 15 biur podróży deklaruje działalność w obu zakresach, 27 biur oferuje również inne produkty turystyczne, a jedno biuro (EXPORAMA Plus) działające od 1991 wyłącznie oba zakresy interesujących nas ofert biznesowo-kongresowych.

Z analizy tej wynika, że na poznańskim rynku interesujących nas usług działają jedynie dwa podmioty zajmujące się wyłącznie organizacją i obsługą targów i wystaw, przy czym podmiot zgłoszony do katalogu nie jest członkiem WIT (być może jest członkiem PIT ?), a drugi odwrotnie będąc członkiem WIT nie skorzystał z możliwości zgłoszenia oferty do katalogu. Generalnie jednak łączna liczba podmiotów - członków WIT - organizatorów i obsługujących biznes, targi i wystawy, kongresy i konferencje jest znacznie większa i osiąga liczbę 30 firm. Jeśli natomiast uwzględnimy działalność biur nie będących członkami Izby, to zważywszy na 40 % stopień zorganizowania branży, lista interesujących nas firm może przekroczyć cyfrę 50 podmiotów. Trudno natomiast odnieść się do jakości oferowanego produktu, szczególnie przez niezorganizowane podmioty. Jedynie brak skarg i zażaleń klientów sugeruje, że jakość oferowanych usług jest poprawna.

Rozważania powyższe nie wyczerpują podjętej tu problematyki, wszak na zagadnienie spojrzeć należy nie tylko z punktu widzenia przemysłu turystycznego, lecz także w związku z działalnością instytucji działających na polu przemysłu targowego. Zwrot ten nie jest bynajmniej nadużyciem, ma on bowiem obecnie charakter strategiczny, jest najszybszym „testem decyzji politycznych i ekonomicznych". Nie ulega też wątpliwości, iż MTP budują prestiż tego przemysłu w Polsce, jego wizerunek. Jak zauważa A. Kuca - Wiceprezes Zarządu Polskiej Korporacji Targowej - prawie wszyscy uczestnicy targów oceniają polski biznes targowy według poznańskich standardów. A jest to ponad połowa wszystkich wystawców zagranicznych w Polsce i jedna trzecia wystawców krajowych. Dane PKT opublikowane w raporcie „Targi w Polsce, dane za rok 1998" potwierdzają w każdym wymiarze tę wiodącą pozycję MTP w Polsce. Dotyczy to rankingu miast targowych wg powierzchni targowej netto (477,352 m^2), miast targowych według liczby wystawców ogółem (15300), organizatorów targów według liczby wystawców krajowych (11.871), organizatorów targów wg liczby wystawców zagranicznych (3.429), organizatorów targów według liczby zwiedzających (539.882), imprez według powierzchni targowej netto (927.331

m^2), imprez wg liczby wystawców ogółem (43.262), imprez według liczby wystawców krajowych (37.345), imprez wg wystawców zagranicznych (5.917), imprez wg liczby zwiedzających (1.888.886 osób), przedsiębiorstw usług targowych według metrów zabudowy (158.673 m^2). Natomiast w rankingu targów branżowych na 6 wymienionych pozycji jedynie w jednym przypadku pierwszeństwo przyznano Warszawie (Komputer EXPO).

Obok dobrych dla Poznania statystyk wspomnieć należy o zjawiskach, których tłem i źródłem są procesy sygnalizowane przez nas w części prezentującej uwarunkowania polityczne i organizacyjno-prawne rozwoju turystyki poznańskiej. W szczególności mamy tu na uwadze odchodzenie od imprez wielobranżowych na rzecz specjalistycznych, a następnie proces kolejnego ich uszczegółowienia, aż do wyjątkowo wąskich dyscyplin. Zjawisko to obserwujemy nb. również na gruncie targów i wystaw turystycznych[53] . Proces ten, owa dywersyfikacja tematów targowych sprawia, że imprezy targowe są mniejsze tak pod względem powierzchni wystawienniczej, jak i liczby wystawców. Fakt ten odnotowują również statystyki polskich imprez branżowych. Wśród przyczyn zjawiska, obok wspomnianej już specjalizacji, wymienia się też procesy monopolizacji i globalizacji gospodarki światowej. Oznacza to, że firmy silne wchłaniają słabsze, a inne nie wytrzymujące presji konkurencyjnej znikają z rynku i tym samym zmniejsza się liczba wystawców i powierzchnia ekspozycyjna. Monopoliści natomiast pewni swojej pozycji rynkowej, albo rezygnują z udziału w targach, albo ograniczają swój w nich udział. Wprawdzie działacze PKT zastrzegają, że trudno już mówić o tendencji spadkowej, i że powrót na targi jest jedynie kwestią czasu, to jednak autor tego fragmentu opracowania nie jest skłonny podzielać bezkrytycznie optymizmu działaczy reprezentujących Korporację.

Naszym zdaniem utrzymanie dotychczasowej pozycji Poznania i MTP może być przede wszystkim wynikiem doskonalenia produktu, zarówno poprzez system szkoleń branżowych, ale również w ścisłej współpracy przemysłu targowego z przemysłem turystycznym oraz władzami administracji państwowej różnych szczebli. Wyrażamy przy tym pogląd, iż stopień zorganizowania podmiotów przemysłu targowego aczkolwiek posiadający pewne niedomagania, determinacja władz miasta na rzecz jakości megaproduktu i przy pewnej mobilizacji organizacyjnej (obecnie bardzo niedoskonałej) podmiotów gospodarki turystycznej, dają szanse na rozwój funkcji targowej i jednocześnie turystycznej aglomeracji poznańskiej i jej otoczenia.

Wśród argumentów postrzegamy optymistyczne dane płynące z rozlicznych rankingów, w tym także z rankingu usług targowych (według metrów zabudowy).Prym wiedzie tu wprawdzie firma warszawska (Pracownia Sztuk Plastycznych Spółka z o.o.), ale w gronie 10 firm objętych rankingiem, aż 7 reprezentuje rynek poznański. Są to: Promocja - sc (2 miejsce), Inter-Service - Sp z oo (4 miejsce), BOTIR - Sp z oo (5 miejsce), Partner (7 miejsce), U&C Expo (8 miejsce), Expo- Plan (9 miejsce), i A-Z - Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowe (10 miejsce). Powyższy wykaz nie obejmuje wszystkich liczących się na rynku usług targowych przedsiębiorstw. I tak na przykład wśród członków PKT obok 7 już wymienionych firm w rankingu jest 14 dalszych podmiotów działających na polu usług targowych. Sądzić jednak należy, że liczba podmiotów zajmujących się interesującą nas działalnością jest znacznie dłuższa. Ponadto zwracamy uwagę, że kilka spośród nich zakresem swoich produktów wkracza

---

[53] Zob. *Targi Turystyczne Polska 2000-2002, Informator*, Warszawa 1999.

na pola działania firm turystycznych. I tak na przykład 3 poznańskie firmy, członkowie PKT, deklarują bądź to: "realizację imprez wyjazdowych na terenie całego kraju i za granicę", bądź „organizację konferencji i wynajem sal konferencyjnych", czy działalność szkoleniową. I tu zapewne lista podmiotów nie jest wyczerpująca.

Powyższa analiza prowadzi zatem do konkluzji, iż sprostanie rosnącym wyzwaniom w sferze turystycznego rynku krajowego i międzynarodowego w dziedzinie turystyki biznesowo-kongresowej przez aglomerację poznańską będzie obwarowane pomyślnym urzeczywistnieniem następujących warunków:

- **kraj jako całość będzie poprawiał swój wizerunek w oczach społeczności międzynarodowej jako obszar o stabilnym wzroście gospodarczym, spokoju społecznego, kraj bezpieczny o przyzwoitym poziomie infrastruktury,**
- **władze administracyjne województwa wielkopolskiego i komunalne miasta Poznania będą działać na rzecz uczynienia z miasta autentycznego obszaru integracji społeczności miasta i regionu,**
- **do współpracy w dziele budowy „Partnerstwa dla Poznania" zaproszeni zostaną przedstawiciele świata biznesu, kultury i nauki,**
- **inicjowane będą konieczne inwestycje infrastrukturalne (komunikacyjne, parkingi itp.),**
- **powołana zostanie stosowana struktura (holding bądź spółka prawa handlowego) o jasno określonych kompetencjach, zadaniach i środkach działania,**
- **podjęte zostaną intensywne działania szkoleniowe w zakresie doskonalenia produktów dla turystyki biznesowo-kongresowej.**

Wymieniona wyżej forma spółki dla wykonania większości tak zamarkowanych działań wydaje się być optymalnym rozwiązaniem organizacyjnym dla urzeczywistnienia podniesionych problemów. Gmina będąc udziałowcem spółki ma prawo do dywidendy (co nie jest tu najważniejsze), pierwszeństwo do objęcia nowych udziałów, udziału w majątku spółki w przypadku jej likwidacji, oraz zbywania posiadanych udziałów. Takie rozwiązania z powodzeniem funkcjonują w krajach Europy Zachodniej, np. we Francji. Gmina posiada tam minimum 50 % udziału zaś sektor prywatny (banki, przedsiębiorstwa itp.) musi posiadać minimum 20% udziałów.

Preferowana przez nas spółka w Poznaniu założona z inspiracji Zarządu Miasta winna rekrutować udziałowców spośród osób prawnych, najlepiej zaś podmioty o charakterze zbiorowym, czyli stowarzyszenia, izby gospodarcze, zrzeszenia, fundacje itp. Zysk spółki nie może być dzielony między udziałowców, lecz wykorzystywany na cele rozwojowe określone statutem. Tak generalnie zakreślone warunki działania pozwolą na ciągłe generowanie środków finansowych na rozwój infrastruktury miasta, ograniczą liczbę udziałowców i ułatwią podejmowanie zadań przez spółkę, ale jednocześnie pośrednio, przez większość uczestników życia społeczno-gospodarczego, kulturalnego i naukowego. Będzie więc ona pewnym, rynkowym wyrazem budowania pożądanej demokracji obywatelskiej. Analogicznie winni postąpić gestorzy bazy hotelowej, gastronomicznej, właściciele biur podróży, szczególnie organizujący i obsługujący sektor turystyki biznesowo-kongresowej. Tylko w ten sposób uzyskają bowiem pożądany efekt, w postaci nowych jakościowo zintegrowanych ofert turystycznych.

Sądzimy, iż - w oparciu o wspomniane doświadczenia francuskie - prezentowana koncepcja nowej struktury pod hasłem „Partnerstwo dla Poznania" w formie prawnej spółki jest adekwatną dla systemu gospodarki rynkowej propozycją.

Nie znaczy to, że winniśmy w tym zakresie naśladować wiernie doświadczenia zachodnie, oczywiście można przyjąć, że biuro organizacyjno-prawne Urzędu Miasta wskaże inne rozwiązanie, np. formę stowarzyszenia, które nb. również może prowadzić działalność gospodarczą, a przychody kierować wyłącznie na realizację celów statutowych. Wydaje się jednak, iż z socjotechnicznego punktu widzenia wybór konkretnej formy prawnej przedmiotowej instytucji winien być rezultatem consensusem pomiędzy członkami założycielami zaproszonymi do współpracy. Sama zaś idea powołania takiej, znaczącej systemowo instytucji jest naszym zdaniem bezdyskusyjna.

4.2. PRODUKTY DLA TURYSTYKI KULTUROWEJ I KRAJOZNAWCZEJ

Czy miasto Poznań jest dzisiaj centrum turystycznym?

Zdania na ten temat są podzielone, jednak w przypadku obydwu ankietowanych grup, którym zadano to pytanie, nieomalże zbieżne (por. tabela 33).

Tabela nr 33

Czy miasto Poznań jest dzisiaj centrum turystycznym?

badana grupa	opinia pozytywna (%)	opinia negatywna (%)
przedstawiciele branży turystycznej	54	46
mieszkańcy	55	45

Źródło: opracowano na podstawie ankiety „Turystyka w Poznaniu".

Jak wynika z powyższej tabeli, opinie osób uznających Poznań za centrum turystyczne przeważają, jednak w niewielkim stopniu. Zatem warto przyjrzeć się sugestiom, co należy zrobić aby rozwinąć rynek turystyczny w mieście. (por. tabela 34).

Tabela nr 34

Wybrane opinie* badanych na temat działań, które należałoby podjąć w celu rozwoju rynku turystycznego w mieście (w %)

OPINIA	turyści krajowi	turyści zagraniczni	przedstawiciele branży turystycznej	mieszkańcy miasta
poprawić informację turystyczną (w tym lepsze oznakowanie miasta, obiektów, zwiększenie ilości punktów informacji turystycznej)	21,5	28,0	15,0	22,0
szersza promocja walorów miasta tak, by nie było kojarzone tylko z targami	10,0	9,0	23,0	27,5
organizować więcej imprez kulturalnych w sezonie turystycznym	1,0	1,0	12,5	8,0
poprawić estetykę miasta (w tym czystość ulic, odnowienie fasad domów itp.)	9,0	6,0	8,0	11,0

*opinie związane z produktami turystyki kulturowej i krajoznawczej

Źródło: opracowano na podstawie ankiety „Turystyka w Poznaniu"

Są to najczęściej wskazywane działania, których podjęcie pozwoliłoby zlikwidować bariery dla rozwoju produktów turystyki kulturowej i krajoznawczej.

Wspomniane podstawowe bariery dla rozwoju turystyki kulturowej i krajoznawczej, to :

- brak oferty teatralnej oraz szerszej oferty kulturalnej w okresie od lipca do końca września,
- słabe wyeksponowanie, oznakowanie zabytków architektury,
- zbyt krótkie godziny funkcjonowania muzeów w sezonie,
- niedostateczna promocja walorów kulturowych miasta, które w powszechnej opinii kojarzone jest wyłącznie z centrum targowym,
- niewystarczająca dostępność do informacji turystycznej, zwłaszcza w zakresie bezpłatnych materiałów promocyjnych,
- renowacja zabytków w szczycie sezonu turystycznego: przykład - Ratusz zasłonięty rusztowaniem i osłonami budowlanymi przez cały sezon letni w 1999 roku (podobnym działaniom prowadzonym w 1999 roku w Pałacu Dożów w Wenecji towarzyszyła wymalowana na osłonach fasada objętej pracami renowacyjnymi połowy Pałacu),
- niezbyt estetyczny, choć powoli poprawiający się wizerunek miasta, związany ciągle jeszcze z zaśmieceniem, w tym także zanieczyszczeniem ulic przez zwierzęta domowe zwłaszcza w rejonie Starego Miasta (szczególnie ul. Kwiatowa, Rybaki, Łąkowa), mało atrakcyjnymi budkami handlowymi w Centrum, niewystarczającą ilością śmietników, nieodnowionymi fasadami budynków oraz niezbyt przyjemnymi zapachami wydobywającymi się ze staromiejskich bram.

W celu poprawy istniejącej sytuacji należy podjąć następujące działania:

- wydłużyć godziny funkcjonowania muzeów w sezonie turystycznym do godz. 18.00,
- uatrakcyjnić ofertę kulturalną latem, np. funkcjonować powinny przemiennie teatry w sezonie letnim, należy powrócić do organizacji imprez plenerowych Światło - Dźwięk na Starym Rynku,
- organizować większą liczbę imprez kulturalnych promujących kulturę regionu w sezonie letnim,
- poprawić oznakowanie zabytków architektury w korespondencji z proponowanym dalej wprowadzeniem znakowanych miejskich szlaków turystycznych

Oznakowanie miejskich szlaków turystycznych powinno sprowadzać się do:

1. umieszczenia napisów w 4 językach (polski, angielski, niemiecki, francuski),
2. stworzenia odrębnej kolorystyki i symboliki (piktogramy) każdego szlaku,
3. ustawienia w mieście tablic informacyjnych zawierających plan z trasą szlaku, z zaznaczonymi na nim obiektami wartymi obejrzenia,
4. umieszczenia tabliczek przy(na) obiektach z krótkimi informacjami krajoznawczymi,
5. opublikowania planu miasta z czytelnie zaznaczonymi szlakami, podaną trasą, obiektami i orientacyjnym czasem zwiedzania, dostępnego w punktach informacji turystycznej; wraz z taką publikacją można by proponować program zwiedzania w zależności od możliwości czasowych turystów,
6. umieszczenia we wszystkich punktach informacji turystycznej tabliczek z planami szlaków,
7. jako wariant alternatywny, dostosowany do turysty indywidualnego, proponuje się stworzenie "dźwiękowego przewodnika" po szlaku(-ach) w 4 językach, nagranego na kasetach magnetofonowych do odtwarzaczy typu walkman (najlepiej wraz z

odtwarzaczami). Kasety te mogłyby być wypożyczane odpłatnie w punktach informacji turystycznej (ewentualne odtwarzacze za kaucją).

Ponadto w ramach Miejskiego Informatora Multimedialnego można by zaprojektować internetowe szlaki turystyczne Poznania, umożliwiające „podróż wirtualną" do najciekawszych obiektów na szlaku. Byłaby to dodatkowa zachęta dla internautów do odwiedzenia miasta.

Tabela nr 35

Propozycje programu turystycznego dla osób dysponujących ograniczonym czasem na zwiedzanie[54]

PROGRAM JEDNODNIOWY	**przed południem:** Szlak „Ostrów Tumski" **po południu:** Szlak „Stare Miasto", Szlak „Centrum"
PROGRAM DWUDNIOWY	**DZIEŃ 1** **przed południem** J. Maltańskie i Śródka, Ostrów Tumski **po południu** Stare Miasto i Wzgórze św. Wojciecha **DZIEŃ 2** **przed południem** Szlak Centrum, Szlak Palmiarnia i Łazarz **po południu** Cytadela lub Kórnik, Rogalin
PROGRAM TRZYDNIOWY	**DZIEŃ 1** **przed południem** J. Maltańskie i Śródka, Ostrów Tumski **po południu** Stare Miasto i jego otoczenie **DZIEŃ 2** **przed południem** Szlak: Wzgórze Św. Wojciecha i Centrum **po południu** Cytadela **DZIEŃ 3** przed południem: Palmiarnia i Łazarz po południu Kórnik, Rogalin

[54] propozycje na podstawie W. Łęcki, F.Jaśkowiak: *Przewodnik po Poznaniu*, Sport i Turystyka, Warszawa 1991.

PROPONOWANE WARIANTY SZLAKÓW[55]

SZLAK "STARE MIASTO"

Stare Miasto w obrębie średniowiecznych murów miejskich: długość trasy 3 km, czas zwiedzania 3,5 - 4,5 godz.

POCZĄTEK: **Stary Rynek**: Ratusz ⇒ fontanna Prozerpiny ⇒ pręgierz ⇒ domki budnicze ⇒ pierzeja wschodnia zabudowy zewnętrznej: kamienice nr 37-52 ⇒część południowa: zabudowa wewnętrzna: Wielkopolskie Muzeum Wojskowe, Arsenał ⇒ pierzeja południowa zabudowy zewnętrznej: kamienice nr 53-68 ⇒ część zachodnia zabudowy wewnętrznej: dawny odwach ⇒ pierzeja zachodnia zabudowy zewnętrznej: kamienice nr 71-84 ⇒ część północna zabudowy wewnętrznej: Waga Miejska, dawne jatki chlebowe - pomnik Bamberki ⇒ pierzeja północna zabudowy zewnętrznej: kamienice nr 85-100 ⇒ ul. Franciszkańska: Kościół franciszkański ⇒ Wzgórze Przemysława: Zamek Przemysława II ⇒ ul. Zamkowa ⇒ ul. Masztalarska - pozostałości obwarowań miejskich: gotycka baszta, kościół Salezjanów ⇒ ul. Wroniecka: rezerwat archeologiczny⇒ ul. Stawna ⇒ ul. Garbary ⇒ ul. Dominikańska: dawny kościół Dominikanów⇒ ul. Żydowska ⇒ ul. Kramarska: kościół P. Jezusa ⇒ ul. Klasztorna: narożnik Wodnej: Pałac Górków, dom proboszcza farnego ⇒ ul. Gołębia - dawna szkoła jezuicka, kościół farny św. Marii Magdaleny, dawne Kolegium Jezuickie ⇒ ul. Wrocławska: dawny Hotel Saski, fragment murów obronnych⇒ Stary Rynek: KONIEC

SZLAK "OSTRÓW TUMSKI":

Ostrów Tumski - Chwaliszewo-Stary Rynek, długość trasy: 1,5 km, czas zwiedzania: 2-3 godz.

POCZĄTEK: Ostrów Tumski (ul. Mieszka I) Bazylika Archikatedralna Poznańska św. św. Apostołów Piotra i Pawła ⇒ kościół NP Marii ⇒ stanowisko archeologiczne Palatium Mieszka I ⇒ Zespół Kanonii ⇒ Archiwum Archidiecezjalne (gmach dawnej Akademii Lubrańskiego - ul. Jana Lubrańskiego ⇒ dawny wikariat (ul. ks. Ignacego Posadzego) ⇒ Muzeum Archidiecezjalne ⇒ (ul. Dziekańska) pozostałość fortyfikacji pruskich: Brama Wjazdowa i fragment murów miejskich ⇒ (ul. Mieszka I) pałac arcybiskupi ⇒ budynki Kurii Metropolitalnej i dawnego probostwa farnego ⇒ most Bolesława Chrobrego ⇒ ul. Chwaliszewo ⇒ ul. Wielka ⇒ do Starego Rynku - **KONIEC**

SZLAK: ŚRÓDKA I J. MALTAŃSKIE: długość trasy: 1,5 km, orientacyjny czas zwiedzania: 1,5 - 2 godz.

POCZĄTEK: Jezioro Maltańskie ⇒ kościół św. Jana Jerozolimskiego ⇒ ul. Warszawska ⇒ Rondo Śródka: kościół św. Kazimierza ⇒ Rynek Śródecki: kościół św. Małgorzaty ⇒ ul. Filipińska: d. klasztor Filipinów ⇒ ul. św. Jacka ⇒ ul. Cybińska ⇒ most Mieszka I ⇒ ul. Zagórze ⇒ ul. Mieszka I⇒Katedra: **KONIEC**

SZLAK :CENTRUM długość trasy: 2 km, orientacyjny czas zwiedzania: 2-2,5 godz.

Centrum Miasta od Pl.Wolności do Placu A.Mickiewicza - z gmachami reprezentacyjnymi i pomnikami

---

[55] warianty szlaków za W.Łęcki, Fr.Jaśkowiak: *Przewodnik po Poznaniu...*, op.cit.

POCZĄTEK: Stary Rynek ⇒ ul. Paderewskiego: budynek banku, pomnik 15 Pułku Ułanów Poznańskich, Hotel "Bazar" ⇒ Al. Marcinkowskiego: Muzeum Narodowe, kościół św. Marcina⇒ pl. Wolności: fontanna Higiei, Biblioteka Raczyńskich, Arkadia ⇒ul. F. Ratajczaka: Biblioteka UAM ⇒ ul. św. Marcin: kamienice eklektyczne ⇒ ul. Kantaka: kamienice eklektyczne ⇒ ul. 27 grudnia: Teatr Polski, Okrąglak, w dół przy ul. Mielżyńskiego: Gmach Towarzystwa Przyjaciół Nauk ⇒ ul. A. Fredry: kościół Zbawiciela, gmach Collegium Maius, Opera⇒ Al. Niepodległości ⇒pl. A Mickiewicza: pomnik A.Mickiewicza, Pomnik Poznańskiego Czerwca 1956, Collegium Minus, Akademia Muzyczna ⇒ Św. Marcin: Pałac Kultury, kamienice eklektyczne i secesyjne **KONIEC**

SZLAK WZGÓRZE ŚW. WOJCIECHA

długość trasy: 2 km, czas zwiedzania 2-2,5 godz.

POCZĄTEK: Stary Rynek ⇒ ul. Zamkowa ⇒ ul. 23 lutego:Archiwum Państwowe ⇒ pl. Wielkopolski ⇒ ul. św. Wojciecha ⇒ Wzgórze św. Wojciecha: kościół św. Wojciecha, dzwonnica drewniana, kościół i klasztor Karmelitów Bosych, Cmentarz Zasłużonych Wielkopolan, pomnik Armii Poznań ⇒ ul. Działowa ⇒ ul. Solna ⇒ al. Marcinkowskiego, fontanna z delfinami, gmach PWSSP, Muzeum Narodowe ⇒ pl. Wolności: fontanna Higiei, Biblioteka Raczyńskich: **KONIEC**

SZLAK: OKOLICE STAREGO RYNKU

długość trasy: 3,5 km, czas zwiedzania: 2,4 - 3,5 godz.

POCZĄTEK: Stary Rynek ⇒ ul. Wodna ⇒ ul. Grobla: d. zbór ewangelicki Św. Krzyża, budynek dawnej Loży Masońskiej - Muzeum Etnograficzne⇒ ul. Mostowa ⇒ ul. Wszystkich Świętych: dawna fabryka mebli Zeylanda ⇒ ul. Garbary ⇒ pl. Bernardyński; Gimnazjum im. Marii Magdaleny, kościół i klasztor Franciszkanów-Bernardynów, kościół i klasztor Franciszkanek-Bernardynek ⇒ ul. Długa ⇒ ul. Strzelecka ⇒ ul. Kopernika ⇒ ul. Krakowska kościół Bożego Ciała ⇒ ul. Łąkowa ⇒ ul. Kwiatowa ⇒ ul. Półwiejska ⇒ pl. Wiosny Ludów ⇒ ul. Szkolna ⇒ Stary Rynek: **KONIEC**

SZLAK: ŁAZARZ

długość trasy: 3 km, czas zwiedzania: 2 - 2,5 godz.

POCZĄTEK: Pl. Adama Mickiewicza ⇒ ul. św. Marcin ⇒ Rondo Kaponiera ⇒ ul. Zwierzyniecka ⇒ ul. Gajowa ⇒ ul. Grunwaldzka: MTP⇒ ul. Śniadeckich ⇒ ul. Parkowa ⇒ park Wilsona: Palmiarnia ⇒ ul. Jana Matejki: domy eklektyczne i secesyjne, Kościół św. Anny ⇒ ul. Stanisława Wyspiańskiego ⇒ ul. Józefa Strusia ⇒ ul. Antoniego Małeckiego ⇒Rynek Łazarski ⇒ ul. Głogowska:Matki Boskiej Bolesnej: **KONIEC**

SZLAK CYTADELA

długość trasy: 3 km, czas zwiedzania: 1.5-2 godz.

POCZĄTEK: Pl. Adama Mickiewicza ⇒ Al. Niepodległości: kościół i klasztor Dominikanów, Dom Akademicki im. Hanki Sawickiej ⇒ Cmentarz Bohaterów Radzieckich ⇒ Cmentarz Bohaterów Polskich ⇒ Cmentarz Garnizonowy Brytyjski ⇒d. Cmentarz Prawosławny ⇒Park Pomnik Braterstwa Broni i Przyjaźni Polsko -

Radzieckiej ⇒Muzeum Wyzwolenia m. Poznania ⇒ amfiteatr ⇒ rosarium ⇒ ul. za Cytadelą ⇒ ul. Winogrady: **KONIEC**

Szlakami rozszerzającymi ofertę miasta Poznania w zakresie produktów turystyki kulturowej i krajoznawczej są wybiegające z Poznania trasy:

1. **Trasa Kórnicka:** Poznań ⇒ Kórnik: zamek, park arboretum ⇒ Bnin ⇒ Konarskie ⇒ Radzewice ⇒ Rogalin: pałac z muzeum, dęby rogalińskie ⇒ Rogalinek: Muzeum Arkadego Fiedlera ⇒ Wielkopolski Park Narodowy: Muzeum Przyrodnicze ⇒ Komorniki ⇒ Szreniawa: Muzeum Rolnictwa ⇒ Poznań
2. **Szlak Piastowski:** Poznań – **Ostrów Tumski** (opisywany wcześniej) ⇒ Lednica: **Ostrów Lednicki** – wyspa na jeziorze Lednica mieszcząca rezerwat archeologiczny, z wałami grodziska oraz ruiny z X w. palatium – dawnej siedziby księcia oraz świątyni ⇒ **Pobiedziska: Skansen Miniatur Szlaku Piastowskiego** – miniatury zabytkowych budowli Szlaku Piastowskiego i Poznania ⇒ **Gniezno** – pierwsza stolica Polski z najcenniejszym zabytkiem – katedrą - trzynawową bazyliką gotycką z XIV-XV w. mieszczącą srebrną trumnę z relikwiami Św. Wojciecha i Drzwi gnieźnieńskie z XII w. przedstawiające sceny z życia Świętego, ponadto Muzeum Archidiecezji Gnieźnieńskiej i Muzeum Początków Państwa Polskiego.

Potencjalnymi produktami w obrębie segmentu turystyki kulturowej i krajoznawczej mogłyby być w przyszłości następujące:

1. Zamek Królewski Przemysława II - usytuowany na wzgórzu w północno – zachodnim narożu Starego Miasta jest ze względów historycznych miejscem dla Poznania znaczącym, jednak dziś w niewielkim stopniu przypomina świetny niegdyś gmach.

Pożądaną byłaby rekonstrukcja głównej bryły budynku i XIII-wiecznej wieży postulowana już przez L.A. Dębskiego w 1980 r[56]. W tak odbudowanym obiekcie mógłby powstać kompleks gastronomiczno - rozrywkowo-kulturalny (restauracja, kawiarnia, pub itp.), a zrekonstruowana wieża mogłaby stać się nowym atrakcyjnym punktem widokowym.

W ślad za odbudową zamku niezbędne byłoby zagospodarowanie otoczenia zamkowego, nowego miejsca koncentracji ruchu turystycznego, które to wiązałoby się również z odsłonięciem dawnej bramy wjazdowej, bruków czy pozostałości dawnej zabudowy[57].

2. Palatium Mieszka I na Ostrowie Tumskim

Odkrycie na Ostrowie Tumskim, między zachodnią fasadą kościoła pod wezwaniem Najświętszej Marii Panny a Psałterią, fundamentów jednego z najstarszych zespołów sakralno - pałacowych w Polsce, umacnia rangę Poznania jako niekwestionowanego centrum na progu chrześcijańskiej Polski. Palatium książęce Mieszka I wybudowano obok pierwszej bazyliki usytuowanej na poznańskim podgrodziu, której fundamenty znajdują się obecnie pod Katedrą

Wraz z kontynuacją tego odkrycia przed Poznaniem otwierają się szanse rozwinięcia produktu kulturowego Szlaku Piastowskiego, którego oferta koncentrowałaby się wokół Ostrowa Tumskiego.

---

[56] L.A.Dębski z zespołem: *Miejsce poznańskiego w turystycznej regionalizacji kraju i jego walory turystyczne*. Instytut Turystyki, Oddział w Poznaniu, Poznań 1980.

[57] za J.Skuratowiczem: *Zamek Królewski w Poznaniu* [w] *Iks na jesień*, Wydawnictwo Miejskie, Poznań 1999.

Niekwestionowaną szansą dla Poznania w zakresie produktu dla turystyki kulturalnej, skierowanego do melomanów, są odbywające się w Poznaniu liczne imprezy muzyczne, w tym o randze międzynarodowej. Wydaje się, że można by poczynić działania w celu **wyeksponowania rangi Poznania jako muzycznej stolicy Polski**. Odbywające się cyklicznie imprezy muzyczne, połączone np. ze zwiedzaniem jedynego w kraju Muzeum Instrumentów Muzycznych organizującego dodatkowo ciekawe koncerty muzyki dawnej i muzyki etnicznej, wymagają szerszej zintegrowanej promocji. W tym celu **proponuje się stworzenie folderu promującego instytucje i życie muzyczne miasta**. Folder taki mógłby zawierać część stałą przestawiającą instytucje muzyczne oraz odbywające się cyklicznie imprezy w ciągu całego roku, do której dołączana byłaby comiesięczna wkładka z wykazem wszystkich imprez muzycznych w danym miesiącu. Doskonałe możliwości wyeksponowania rangi życia muzycznego Poznania stwarza również internet i rozszerzenie istniejącego działu: „Muzyka" o stosowne informacje promocyjne wraz z prezentacjami multimedialnymi wybranych imprez, zwłaszcza o randze międzynarodowej.

Kolejnym, zasługującym na podkreślenie produktem dla turystyki kulturalnej jest **Międzynarodowy Maltański Festiwal Teatralny**, którego 9 edycja odbyła się na przełomie czerwca i lipca 1999 r. Festiwal ten na trwałe już wpisał się w kalendarz krajowych imprez kulturalnych i przyciąga do Poznania na początku wakacji rzesze turystów, zwłaszcza młodzieży. Warto zatem kontynuować prowadzone już na szeroką skalę działania promocyjne związane z festiwalem, w tym również w oparciu o internet, biorąc pod uwagę fakt, że główny odbiorca festiwalu - młodzież, szeroko wykorzystuje to medium.

4.3. PRODUKTY DLA TURYSTYKI AKTYWNEJ I SPECJALISTYCZNEJ

Turystyka aktywna i specjalistyczna, łącznie z turystyką rekreacyjną, uznana została za jeden z pięciu obszarów marek polskiej turystyki, mających największe możliwości szybkiego uzyskania wyników, tj. rozwoju i sprzedaży produktów markowych. Obejmuje ona szeroki zakres wypoczynku przy wykorzystaniu walorów środowiska przyrodniczego, specjalne imprezy z oferty turystyki specjalistycznej, obejmującej także ośrodki wykorzystujące naturalne warunki lecznicze oraz uwzględniającej wszystkie rodzaje specjalistycznych zainteresowań, np. krajoznawczych, przyrodniczych, historii kultury i sztuki.

W przypadku Poznania istnieją następujące potencjalne możliwości rozwoju tej formy turystyki na bazie występujących zasobów przyrodniczych lub istniejącego już zagospodarowania:

1. **ujęcia wód geotermalnych na Malcie - budowa obiektów sanatoryjno-wypoczynkowych z obiektami towarzyszącymi (akwapark)**

Budowa ogólnodostępnego ośrodka graniczącego:

- od strony wschodniej z ul. Wileńską
- od strony południowej z Jeziorem Maltańskim
- od strony zachodniej z Parkiem Tysiąclecia
- od strony zachodniej z torem kolejki „Maltanka" i Hotelem Orbis „Novotel"

Wg projektu mgr inż. K.Mikuły realizacja ośrodka powinna odbywać się w dwóch etapach:

I etap

Budowa ogólnodostępnego zespołu z basenami termalnymi, zapleczem technicznym, kąpieliskiem, obiektami gastronomicznymi i hotelem (tzw. Kąpielisko „Wileńskie" i Termy 1)

II etap

Budowa ośrodka termalnego z lecznictwem profilaktycznym i rehabilitacją (tzw. Termy 2)

Wg autorów drugiego projektu kolejność prac nad wykorzystaniem maltańskich wód geotermalnych powinna być następująca:

- rozwiązanie spraw własnościowych gruntów,
- zakończenie spraw formalno-prawnych między inwestorem a miastem.
- przyjęcie etapowania inwestycji - IV etapy dla 5 zadań inwestycyjnych (przewidywany czas trwania całości inwestycji: 9 lat,
- dokonanie niezbędnych zapisów w planie zagospodarowania przestrzennego,
- Wzbogacenie przestrzennego zagospodarowania terenów Malty o:

⇒ o ośrodek sportu i rozrywki przy ul. Wiankowej,
⇒ stanicę jeździecką i park „Mielocha",
⇒ ośrodek hotelowo-rekreacyjny na Białej Górze - w dolinie u.Cybiny.

2. **tor regatowy na Jez. Maltańskim - instruktaż sportowy związany z wykorzystaniem sprzętu sportowego, organizacja międzynarodowych zawodów sportowych i masowych imprez rekreacyjnych**
3. **zakończenie budowy Kopca Wolności - wzbogacenie o urządzenia związane ze wspinaczką (ściana wspinaczkowa) oraz punkt widokowy z obiektem gastronomicznym - nowa panorama miasta**
4. **tor samochodowy - wykorzystanie dla potrzeb amatorskiego sportu motorowego, instruktaż sportowy, wyścigi amatorów**
5. **lotnisko Aeroklubu w Ligowcu - sporty lotnicze: lotniarstwo, spadochroniarstwo, szybownictwo, baloniarstwo**
6. **tereny jeździeckie - Wola i tereny położone między Jez. Strzeszyńskim a Jez. Maltańskim, powiązanie i rozwój jeździectwa sportowego i rekreacyjnego z wykorzystaniem obiektów hodowlano-sportowych w okolicach Poznania (Iwno, Lwówek, Sieraków, Pępowo) - konie pod wierzch oraz zaprzęgi (np. Lwówek, Sieraków)**
7. **podmiejska sieć obszarów chronionych (form ochrony przyrody) - turystyka przyrodniczo-krajoznawcza**:

- Wielkopolski Park Narodowy
- Park Krajobrazowy Promno
- Park Krajobrazowy Puszcza Zielonka
- Rogaliński Park Krajobrazowy (powiązanie z turystyką wykorzystującą obiekty Trasy Kórnickiej (Kórnik (Arboretum, Zamek i obiekty towarzyszące, Rogalin - pałac z obiektami towarzyszącymi i galerią obrazów oraz Mauzoleum Raczyńskich, Jeziory - Ośrodek Muzealno-Dydaktyczny WPN promujący walory przyrody parku)
- Lednicki Park Krajobrazowy (powiązanie z turystyką wykorzystująca obiekty historyczne na Szlaku Piastowskim (Dziekanowice, Lednica, Gniezno, Giecz, Biskupin, Żnin).

4.4. PRODUKTY DLA TURYSTYKI WYPOCZYNKOWEJ (WEEKENDOWEJ)

Turystyka wypoczynkowa jest najprostszą formą ruchu turystycznego, polegającą najczęściej na sobotnio-niedzielnym, świątecznym lub wakacyjnym wyjeździe poza miejsce stałego zamieszkania. Turystyka ta połączona z wypoczynkiem jest niezbędnym czynnikiem regeneracji sił człowieka po całotygodniowej pracy zawodowej. Warunki przyrodnicze i infrastrukturalne predysponują aglomerację poznańską do rozwoju turystyki weekendowej.

Turystyka weekendowa ma charakter bardziej rodzinny, a przez to wychowawczy. Wspólne wyjazdy rodziców z dziećmi powinny być przemyślane nie tylko pod kątem wyboru środków transportu, noclegu, wyżywienia, ubrania, ale przede wszystkim programu (co się chce zobaczyć, dokąd i po co dojść, czy dojechać, jak aktywnie spędzić czas?). Chodzi o to, żeby był to wyjazd, w którym przeważa wypoczynek aktywny nad biernym, wypoczynek, który umożliwia zdobycie nowych doświadczeń.

Turystyka wypoczynkowa zawiera szereg elementów turystyki kulturowej i krajoznawczej oraz aktywnej i specjalistycznej, pobytowej krótkookresowej.
Determinowana jest ona zatem takimi cechami, jak atrakcje naturalne i kulturowe w mieście docelowym, infrastruktura turystyczno-rekreacyjna, kulturalno-rozrywkowa, dostępność, wizerunek, cena. Wszystkie powyższe elementy turystyki wypoczynkowej składają się na konkurencyjność produktu turystycznego.

Poznań wyróżnia się spośród innych miast walorami środowiska naturalnego podnoszącymi jakość wypoczynku. Zieleń miejską, która podnosi urok miasta, stanowią przede wszystkim parki śródmiejskie, Ogród Botaniczny, dwa Ogrody Zoologiczne, a ponadto parki leżące w dolinie Warty, Bogdanki i Cybiny oraz Park 1000-lecia, tereny nad Jeziorem Maltańskim. Ciekawym obiektem ukazującym świat roślinności tropikalnej i podzwrotnikowej jest Palmiarnia. Dużą atrakcją krajoznawczą i rekreacyjną stanowi rezerwat przyrodniczo-astronomiczny „Meteoryt" położony w dzielnicy Morasko

Na obrzeżach miasta nad jeziorami Rusałka, Kierskim i Strzeszyńskim znajdują się kąpieliska licznie odwiedzane przez poznaniaków i przebywających w mieście turystów.

Jednymi z piękniejszych kompleksów leśnych w okolicach Poznania są Puszcza Zielonka, obszar Wielkopolskiego Parku Narodowego, położonego w bezpośrednim sąsiedztwie Poznania. Są to tereny licznie odwiedzane przez wczasowiczów i turystów weekendowych.

Poznań jest miastem bogatym w interesujące zabytki i muzea, obiekty sportowe, kina, teatry. Odbywa się w nich wiele imprez kulturalnych, w tym również o znaczeniu międzynarodowym. Atrakcjami kulturalnymi są też Centrum Kultury „Zamek", poznańska „Arena", Stary Rynek, gdzie odbywa się wiele różnych imprez kulturalnych.

Bogata jest oferta poznańskich kin, których obecnie jest dwanaście. Wśród nich wyróżnia się nowo otwarte najnowocześniejsze kino w Polsce „Multikino" dysponujące ośmioma salami, które mogą pomieścić 2292 widzów.

Pojawia się pytanie, czy oferta kulturalna Poznania w wystarczającym stopniu zaspakaja potrzeby turystów ?

Ogólnie odpowiedź jest twierdząca. Poznań pod tym względem zajmuje czołowe miejsce w Polsce. Ważną kwestią w tym względzie są preferencje turystów oraz mieszkańców miasta. Okazuje się, że w okresie późnojesiennym i zimowym zarówno turyści wypoczywający w Poznaniu, jak i mieszkańcy korzystają z ofert filharmonii, teatrów i kin. W okresie wiosenno-letnim pragną oni spędzać czas na

wolnym powietrzu i korzystać z imprez plenerowych. Tutaj niewątpliwie najbardziej efektowną i najatrakcyjniejszą letnią imprezą kulturalno-rozrywkową oprócz Jarmarku Świętojańskiego jest „Światło i Dźwięk". Jest to impreza będąca połączeniem muzyki i tańca, odbywająca się w bogatej oprawie świetlnej i pięknej scenerii Ratusza Poznańskiego na Starym Rynku. Dodatkową zaletą tego spektaklu jest jego ogólna dostępność i wolny wstęp.

W turystyce weekendowej ważne miejsce zajmują walory historyczne. Poznań może poszczycić się bogatą historią, tradycjami oraz licznymi zabytkami. Najcenniejsze zabytki Grodu Przemysława usytuowane są na Ostrowie Tumskim, Starym Mieście i w Śródmieściu. Dobrymi przykładami architektury secesyjnej są kamienice mieszkalne wzniesione m.in. przy ulicach Roosvelta, Mickiewicza, Matejki.

Na stokach dawnego centralnego fortu pruskiego, zwanego Cytadelą położone są cmentarze gromadzące prochy ofiar II wojny światowej i wydarzeń z końca XIX wieku oraz pierwszej połowy XX wieku. Teren dawnej Cytadeli stanowi dziś największy i najładniejszy park Poznania, ozdobiony m.in. dużym rosarium. Niestety mocno obecnie zaniedbany.

Niewiele jest w Poznaniu przykładów architektury współczesnej. Jedną z bardziej okazałych budowli wzniesionych w okresie powojennym jest 10-cio kondygnacyjny dom towarowy, zwany „Okrąglakiem" oraz hala sportowo-widowiskowa „Arena".

W turystyce weekendowej istotną sprawą są dostępność komunikacyjna miasta, baza noclegowa i gastronomiczna. Poznań posiada dogodną komunikację kolejową i samochodową zapewniającą połączenia z wszystkimi ważniejszymi miastami w Polsce. Gorzej jest z komunikacją tramwajową, autobusową i samochodową wewnątrz miasta. Dużym kłopotem dla mieszkańców i turystów są korki uliczne, problemy z znalezieniem miejsc parkingowych.

Poznań dysponuje zróżnicowaną bazą miejsc noclegowych. W centrum miasta zlokalizowanych jest wiele hoteli „Orbis" i prywatnych. Dwa duże hotele znajdują się nad Jeziorem Maltańskim. W ostatnich latach powstało też kilka niedużych hoteli i pensjonatów prywatnych, rozlokowanych w różnych dzielnicach miasta. Na obrzeżach miasta i w jego okolicach znajduje się wiele moteli i zajazdów. Pomimo dobrej bazy noclegowej pojawiają się problemy ze znalezieniem miejsc w hotelach w czasie trwania ważniejszych imprez targowych. Z tego też względu dużo noclegów zarezerwowanych jest z dużym wyprzedzeniem, co niewątpliwie ogranicza turystykę weekendową.

Poznańskie hotele są przewidziane głównie dla gości targowych, a ich ceny są w większości wysokie i bardzo wysokie. Turystom wypoczynkowym (weekendowym) najbardziej odpowiadają znacznie tańsze noclegi, których w Poznaniu nie ma za dużo. Noclegi takie oferują hotele pracownicze i turystyczne, schroniska młodzieżowe i campingi. Z przeprowadzonych badań wynika, że baza noclegowa Poznania jest duża, ale niewystarczająca w czasie nasilenia ruchu turystycznego podczas imprez targowych. Hotele są w tym okresie przepełnione, co uniemożliwia zakwaterowanie wszystkich przyjezdnych. Również standard hoteli jest jeszcze zbyt niski, w porównaniu z normami Unii Europejskiej. Brakuje zaplecza rekreacyjnego, jak np. basenów, sal gimnastycznych, kortów tenisowych, kręgielni. Tylko niektóre hotele w Poznaniu posiadają gabinety odnowy biologicznej, saunę, siłownię, solarium oraz usługi dodatkowe, jak np. fryzjer.

Miasto posiada bogatą bazę gastronomiczną. Ofertę żywieniową stanowią restauracje, cukiernie, kawiarnie, bary i bistra, pizzernie oraz kluby i puby. W ostatnich latach powstało w mieście dużo nowych lokali o bardzo zróżnicowanym poziomie, specjalnościach, jakości usług i cenach. W centrum Poznania położone są lokale serwujące specjalności kuchni chińskiej, koreańskiej, wietnamskiej, rosyjskiej, meksykańskiej, greckiej, włoskiej. Stosunkowo mało jest lokali z kuchnią wielkopolską.

Funkcje rekreacyjno-sportowe dla turystów krótkopobytowych pełnią Poznańskie Ośrodki Sportu i Rekreacji oraz inne obiekty tego typu. Obiektami takimi są: kompleks sportowo-rekreacyjny „Malta" przeznaczony do uprawiania kajakarstwa, wioślarstwa i innych sportów wodnych, uprawiania narciarstwa, saneczkarstwa. W pobliżu znajduje się także kąpielisko, wypożyczalnia rowerów górskich i rodzinnych rowerów spacerowych. Na Malcie do dyspozycji turystów jest wyremontowana i wzbogacona o tunel, kolejka wąskotorowa kursująca południowym brzegiem jeziora do Wielkopolskiego Parku Zoologicznego. Urządzenia te spełniają istotną rolę jako obiekty wypoczynkowo-kulturalne dla przyjeżdżających gości i mieszkańców miasta.

Na mapie rekreacyjno-sportowej Poznania zaistniały też Centrum Fitness „Nautilus", Centrum Rekreacji „Niku", Centrum Wyszkolenia Jeździeckiego „Hipodrom Wola". Brakuje w mieście pływalni i basenów krytych z infrastrukturą podobną do obiektu w Lesznie. Mało jest też (tylko dwie) pływalni letnich. Ożywienia sportowo-rekreacyjnego, a także remontu wymagają takie obiekty jak: stadiony TS „Olimpia" i KS „Warta", które w przeszłości przyciągały okolicznych mieszkańców Poznania na różne imprezy sobotnio-niedzielne.

Turystyka weekendowa łączy się również z spacerami i przechadzkami po mieście. Są to jedne z najtańszych i najprzyjemniejszych form uprawiania rekreacji i wypoczynku. Tzw. turystyka piesza oprócz elementów rekreacyjno-zdrowotnych niesie w sobie wiele elementów kształcących, przyczyniając się do poznania historii miasta, zabytków, pomników przyrody i teraźniejszości. A co ważne - daje pełne oderwanie się od codziennych trosk, regeneruje siły fizyczne i umysłowe oraz wzbogaca o nowe wrażenia i spostrzeżenia działające pobudzająco na człowieka.

Znaczenie turystyki w rozwoju Poznania dostrzegają sami jego mieszkańcy, bowiem 78,6% ankietowanych podkreśla, że turystyka, w tym krótkotrwała jest istotnym czynnikiem rozwoju gospodarczego, a miasto Poznań jest przyjazne dla odwiedzających je turystów (75,6% odpowiedzi). Uzasadniając ostatnią wypowiedź, mieszkańcy wskazywali na przychylność wobec turystów (35,5%) oraz na bogatą infrastrukturę turystyczno-rekreacyjną miasta (43,9%). Mieszkańcy dostrzegali również potrzebę działań dla jeszcze szerszego rozwoju turystyki w mieście. Między innymi wskazywali na: naprawę dróg i chodników (28,7%), rozbudowę bazy sportowo-rekreacyjnej - doinwestowanie (25,1%), na poprawę informacji turystycznej, w tym na lepsze oznakowanie miasta i jego obiektów, zwiększenie ilości punktów informacji turystycznej w językach obcych (22,2%), na podniesienie standardu usług MPK, w tym na zwiększenie kursów w godzinach wieczornych i nocnych, większą przejrzystość systemu biletów, który jest dla turystów mało czytelny (18,6%).

W rozwoju turystyki weekendowej przydatne byłyby również inwestycje, między innymi takie jak: stworzenie nowych szlaków turystycznych w mieście (33%), powstanie domu wycieczkowego (23,7%), schroniska (19,1%).

Uwzględniając scharakteryzowane wcześniej walory Poznania sprzyjające turystyce weekendowej oraz przedstawione powyżej opinie badanych, należałoby zauważyć, iż miasto nie jest przygotowane, aby w sposób wystarczający i zadawalający obsługiwać turystów.

Odczuwalny jest brak zapewnienia właściwych jakościowo oraz prawidłowo rozmieszczonych urządzeń i obiektów usługowych potrzebnych piątkowo-sobotnio-niedzielnym wycieczkom w czasie pobytu w mieście. Pomimo posiadania ponad 7000 miejsc noclegowych w całym mieście, należy uznać, że stan bazy noclegowej dla grupy turystów przyjeżdżających w celach wypoczynkowych jest niezadowalający. Wynika to z tego, iż wiele z nich jest wykorzystywanych bardzo intensywnie, podczas trwania targów, co nie daje gwarancji otrzymania miejsc w hotelach bez wcześniejszej rezerwacji, a organizatorów wycieczek i turystów weekendowych zmusza do uzależnienia od nich przebiegu imprez turystycznych. Ponadto struktura miejsc noclegowych nie jest dostosowana do specyfiki tej formy turystyki, której uczestnicy charakteryzują się tendencją do szukania ofert tanich i o średnim standardzie. Za mało jest w Poznaniu hoteli turystycznych, domów wycieczkowych, schronisk młodzieżowych, a więc obiektów szczególnie preferowanych przez turystów weekendowych.

Stan bazy gastronomicznej można uznać w chwili obecnej za zadawalający.

Intensywnych działań wymagają także zabytki, czego przykładem jest fatalny stan Fary, obiektu wpisanego na Światową Listę Dziedzictwa Kulturowego. Nie ma również oznakowanych tras miejskich dla pieszych turystów, chcących obejrzeć chociażby tylko najcenniejsze zabytki.

Pozytywną tendencją jest tworzenie licznych i lepiej wyposażonych punktów informacji turystycznej, chociaż nadal nie są one wystarczające. W chwili obecnej funkcjonują ośrodki w obrębie Starego Rynku, na dworcu głównym PKP, które udzielają informacji ustnych na temat walorów miasta i prowadzą sprzedaż informatorów i przewodników. Ponadto na Malcie działa Centrum Informacji, którego zadaniem jest udzielanie informacji z zakresu sportu, rekreacji i turystyki w Poznaniu, w szczególności w zakresie działalności POSiR-u, a także promocja istniejących w mieście obiektów sportowych i rekreacyjnych oraz świadczonych przez nie usług. Działalność informacyjna i promocyjna prowadzona jest również okresowo na terenach MTP w punkcie Informacji Miejskiej. Centrum Informacji Miejskiej działające przy ul. Ratajczaka w budynku Arkadii stanowi także znaczące ogniwo w miejskim systemie informacji turystycznej.

Jednym z bardziej zaniedbanych działów obsługi turystów są urządzenia higieniczno-sanitarne, które stanowią ważny element podstawowej bazy turystycznej. Ilość tego typu ogólnodostępnych obiektów jest ciągle niewystarczająca, zwłaszcza w miejscach najczęściej odwiedzanych przez turystów (Stary Rynek, Malta).

Poznań odczuwa ciągle jeszcze brak wystarczającej ilości wolnych miejsc parkingowych. Sytuacja ta znacznie się jeszcze pogarsza podczas trwania targów. Przeważająca część turystów weekendowych, indywidualnych i zbiorowych przyjeżdża do Poznania samochodami osobowymi, autokarami. Poza ośrodkiem staromiejskim, najczęściej odwiedzanym przez turystów, w niedalekiej od niego odległości i z dobrym dojazdem powinny zostać zbudowane parkingi mogące pomieścić większą liczbę autobusów.

Stereotypowo postrzegany Poznań, jawi się głównie jako miasto interesów, targów i handlu. Jest to również miasto sportu, rekreacji, imprez kulturalnych, zabytków historycznych, walorów krótkiego pobytu i wypoczynku. Stąd też cele turystyki weekendowej powinny dążyć do zmiany stereotypowego wizerunku Poznania.

Niewątpliwie w działaniach takich należy wykorzystać różne rodzaje promocji, oraz przede wszystkim zadbać o środki finansowe przeznaczone na dalszy rozwój infrastruktury turystyczno-wypoczynkowej miasta, niezbędnej dla potrzeb turystyki weekendowej.

Do podstawowych produktów turystyki weekendowej (wypoczynkowej), które z korzyścią powinny służyć przyjezdnym i mieszkańcom Poznania, należy przede wszystkim zaliczyć obiekty turystyczno-wypoczynkowe, sportowo-rekreacyjne i kulturalno-rozrywkowe.

Poznań jest miastem, które posiada znaczne tereny zielone (kilkadziesiąt parków, ponad 120 zieleńców, dwa rezerwaty krajobrazowo-przyrodnicze i inne). Dla właściwego wypoczynku mieszkańców i gości weekendowych należałoby odpowiednio uporządkować i zagospodarować te tereny. Chodzi głównie o to, aby w centrum miasta i na jego obrzeżach można było ewentualnie odpocząć i ciekawie spacerować. Szczególnie warto pod tym kątem zagospodarować Park Sołacki, Park Wilsona, Park Cytadela, Park Tysiąclecia oraz inne tereny o charakterze parkowym.

Warto byłoby utworzyć w przyszłości duży ogród botaniczny w dolinie rzeczki Samicy nad Jeziorem Kierskim Małym.

W centrum miasta nie wszystkim znane są poznańskie planty. Obejmują one parki i tereny zieleni wzdłuż ul. Królowej Jadwigi i al. Niepodległości, półkolem otaczając śródmieście od Warty aż po Cytadelę. Tereny te należałoby zagospodarować pod kątem wypoczynkowo-rekreacyjnym, przydatnym spacerowiczom (np. według wzoru Krakowa). Wiązałoby się to jednak nie tylko z wyeliminowaniem ruchu samochodowego z śródmieścia i zmniejszeniem norm hałasu, ale przede wszystkim z ograniczeniem ilości pyłów spadających na centrum poprzez szersze stosowanie urządzeń filtrujących i oczyszczających powietrze.

Sprzyjającym rozwojowi turystyki weekendowej są interesujące krajoznawczo-przyrodniczo i wypocznkowo-rekreacyjnie tereny okolic Poznania. Walorom tym odpowiada Wielkopolski Park Narodowy, w którym ze względu na bogatą florę i faunę, malownicze jeziora rozmaitego typu, ścisłe rezerwaty, względnie wysokie wzgórza, należałoby rozwijać i promować turystykę ekologiczną.

Atrakcyjna krajobrazowo, wycieczkowo i wypoczynkowo opodal Poznania jest Puszcza Zielonka. Jest to produkt turystyczny, który sprzyja turystyce pieszej, rowerowej, hipoturystyce. Najwyższe wzniesienie Puszczy Zielonki - Dziewicza Góra i okolice - sprzyja latem turystyce zielonej, a zimą narciarskiej. Podobne funkcje ze względu na dość długie i strome zbocza pełni Osowa Góra i tzw. Góry Szwedzkie. Tereny te wymagają jednak odpowiedniego rekreacyjnego zagospodarowania. Wspomniane zaś Góry Szwedzkie stanowią sporą ciekawostkę geograficzno-historyczną, które wymagają lepszej promocji (Na polach bowiem pobliskiej Trzebawi Stefan Czarnecki stoczył walkę ze Szwedami).

Bardziej skutecznej promocji turystyczno-wypoczynkowej oraz rozbudowy infrastruktury rekreacyjno-sportowej wymagają pałace położone w pobliżu Poznania. Można tu wymienić pałace w Czerniejewie, Rogalinie z ich architektonicznymi walorami, które mogą być samoistnymi markowymi produktami turystycznymi.

Produktem weekendowym dla turystów i mieszkańców miasta, po odpowiednim ich zagospodarowaniu i opisaniu, mogą być udostępnione pozostałości dawnych budowli fortyfikacyjnych znajdujących się w mieście i okolicy (np. Fort VII, Żabikowo, Cytadela).

Poznań i okolice miasta tworzą interesującą bazę dla rozwoju produktu weekendowego w postaci sportów rekreacyjnych. Jeziora Kiekrz, Strzeszynek, Rusałka, Malta, Swarzędzkie stanowią doskonały przykład akwenów do uprawiania sportów wodnych, żeglarstwa, windsurfingu, wioślarstwa, a zimą np. bojerów. Tereny te jednak wymagają właściwego zagospodarowania sportowo-rekreacyjnego oraz ochrony ekologicznej.

W najbliższych latach należałoby rozważyć koncepcję budowy w Poznaniu całorocznego parku wodnego np. nad Jeziorem Malta, który stałby się magnesem przyciągającym turystów weekendowych. W w/w koncepcji konieczne byłoby wykorzystanie zlokalizowanych źródeł termalnych, co obniżyłoby zdecydowanie koszty przedsięwzięcia.

Dobrą bazą hotelową i rekreacyjną przydatną turystyce wypoczynkowej dysponuje pobliskie Baranowo. Natomiast centrum tenisowe w Sierosławiu warto byłoby wyposażyć w dodatkowe obiekty wypoczynkowo-rekreacyjne, takie jak hotel, kryty basen.

W Poznaniu turystykę weekendową w postaci spacerów, sportów rekreacyjnych, ujeżdżania i hippiki, golfa wspierać powinny obiekty jeździeckie na Woli wraz z pobliskim Golęcinem.

W okolicach Poznania, atrakcyjnych krajobrazowo i przyrodniczo, dla celów żeglugi wycieczkowej należałoby zagospodarować Wartę, która w granicach miasta ma 23 km długości.

Kończąc charakterystykę wybranych propozycji dla turystyki weekendowej w Poznaniu oraz w jego okolicach, należałoby pamiętać o różnych formach promocji. W promocji tej muszą zostać wykorzystane lokalne i ponadlokalne mass media oraz organizacje i stowarzyszenia typu: Związek Gmin Wielkopolskich, Związek Miast Polskich oraz inne.

Promocja ta będzie mało skuteczna bez zaangażowania władz miasta.

4.5. PRODUKTY DLA TURYSTYKI TRANZYTOWEJ

Podróżni tranzytowi krajowi i zagraniczni, to tacy „turyści", którzy są w drodze do innego celu podróży i zatrzymują się dla odpoczynku, skorzystania z usług. Podróżują oni w celach urlopowo-wakacyjnych lub jako zawodowi przewoźnicy różnych ładunków.

Każda trasa, którą podróżują turyści tranzytowi musi zapewniać bezpieczny, bezpośredni dojazd i właściwe usługi w trakcie podróży. W zależności od końcowego celu podróży, usługami tymi są zakwaterowanie, wyżywienie, tankowanie paliwa, parkowanie, usługi motoryzacyjne oraz inne , jak usługi rozrywkowe, możliwości zakupów i aktywnego wypoczynku. Infrastruktura turystyczna i paraturystyczna tras przejazdów powinna zatem zachęcać do zatrzymania się tam, gdzie są obiekty oferujące powyższe usługi i zapewniające realizację podstawowych potrzeb turystów tranzytowych.

Celem, do którego należałoby dążyć w strategii rozwoju turystyki tranzytowej, jest zachęcenie tych podróżnych do pozostawania co najmniej na jeden nocleg i stania się prawdziwymi turystami.

Położenie geograficzne Poznania na skrzyżowaniach szlaków drogowych i kolejowych północ - południe oraz zachód - wschód sprzyja rozwojowi turystyki tranzytowej. Ważnym zatem elementem produktu turystycznego dla turystyki tranzytowej jest dobra sieć kolejowa z międzynarodowymi połączeniami, budowa szybkich linii kolejowych łączących system kolejowy Poznania z systemem szybkich kolei w Europie. Priorytetem powinny być trasy kolejowe Berlin-Rzepin-Poznań-Warszawa-Terespol oraz trasa Szczecin-Krzyż-Poznań-Wrocław i dalej na południe. Potrzeba zatem modernizacji tych linii kolejowych.

Szczególnie istotnym dla rozwoju turystyki tranzytowej w Poznaniu jest budowa autostrad Zachód - Wschód oraz Północ - Południe, łączących kraje Europy Południowej z bałtyckimi portami - Szczecinem i Ystad w Szwecji. Ważnym problemem w rozwoju tej formy turystyki jest potrzeba rozbudowy i unowocześnienia portu lotniczego, obsługującego w szerszych niż dotychczas rozmiarach ruch krajowy a przede wszystkim międzynarodowy.

Typowymi obiektami dla turystyki tranzytowej obsługujących tę kategorię podróżnych, powinny być sklepy, które mogłyby oferować towary interesujące rynek zagraniczny i krajowy. Poza sklepami, ważnym produktem turystycznym są obiekty noclegowe kategorii dwu i trzygwiazdkowej, z możliwością rozrywki, krótkiej wycieczki po Poznaniu, rekreacji oraz stacje benzynowe i warsztaty naprawy samochodów.

Infrastruktura rynkowa służąca turystom tranzytowym powinna obejmować restauracje, kawiarnie, bary, kluby nocne, kasyna. Usługi wypoczynkowo-rekreacyjne przydatne turystom tranzytowym to także kryte baseny, gabinety odnowy biologicznej, sale ćwiczeń.

Bardzo ważna dla rozwoju turystyki tranzytowej jest budowa nowoczesnych, bezpiecznych i dobrze wyposażonych parkingów, rozmieszczonych wzdłuż głównych dróg. Inwestycje te są szczególnie istotne w związku ograniczeniem większego tranzytu ciężarowego w okresie wyznaczonych świąt.

Uwzględniając produkty dla turystyki tranzytowej, ważnym jest to, aby strategia rozwoju tej turystyki obejmowała w szerokim zakresie promocję. Chodzi o dotarcie do tych turystów i wpłynięcie na przebieg ich podróży, zachęcenie do zatrzymania się na dłużej niż tylko przejazd przez Poznań i okolice, zachęcenie do powtórnego przyjazdu. Stąd też dużą rolę pełnić musi właściwa informacja, dobre oznakowanie obiektów znaczących w tej turystyce, zwanych często „magnesami". Czytelne oznakowanie, ciekawe znaki informacyjne są skutecznym dostarczycielem i wzmocnieniem działalności promocyjnej.

Ponadto, wraz z wybudowanymi i dobrze oznaczonymi oraz oświetlonymi parkingami, miejscami odpoczynku zapewniającymi wybór usług, wraz z restauracjami, czystymi miejscami do posiłków, czystymi urządzeniami sanitarnymi należy tworzyć punkty informacyjne, wskazujące turystom, co napotkają na trasie, dające możliwość usług rezerwacyjnych w hotelach. W miejscach tych należałoby prowadzić punkty wymiany walut i automaty bankowe.

Potwierdzeniem dla rozwoju turystyki tranzytowej w Poznaniu i okolicy mogą być wyniki badań empirycznych przeprowadzonych w 1999 roku. Badania te

przeprowadzono wśród mieszkańców Poznania, turystów krajowych i zagranicznych przebywających w mieście oraz wśród reprezentantów firm działających w Poznaniu. Z turystów krajowych przebywających w Poznaniu na tranzytowy cel przyjazdu zwróciło uwagę 3,2% badanych, a wśród turystów zagranicznych tranzytowy charakter przyjazdu deklarowało 5,1% badanych.

Przykładowo na zadane w ankiecie pytanie: „Jakie czynniki wpływają pozytywnie na rozwój ruchu turystycznego w Poznaniu", odpowiedź „tranzytowy charakter miasta" wskazana przez 59,5% mieszkańców Poznania znalazła się na trzecim miejscu, po Międzynarodowych Targach Poznańskich (87,7%) i walorach turystycznych (85,9%). Z kolei wśród czynników negatywnie wpływających na rozwój turystyki w Poznaniu badani mieszkańcy w pierwszej kolejności wskazali na układ komunikacyjny (71,4%), na trudności z parkowaniem (70,9%) oraz na niedostateczne połączenia lotnicze (43,6%).

Towarzysząca turystyce tranzytowej infrastruktura w postaci np. bazy noclegowej, w przeważającej mierze została oceniona jako niewystarczająca (49,3%); stan dróg oceniono jako zły (43,2%) i jako bardzo zły (40,9%) a więc 84,1% badanych stan dróg oceniło jako niezadawalający. Możliwości parkowania jako złe wymieniło 40,5% a jako bardzo złe 39,5% badanych. Oznakowanie miasta jako średnie oceniło 48,2% badanych.

Biorąc pod uwagę wypowiedzi turystów krajowych przebywających w Poznaniu, wobec niektórych elementów infrastruktury turystycznej niezbędnej turystyce tranzytowej warto wskazać, że 44,2% ankietowanych wyraziło się źle i bardzo źle o drogach w Poznaniu, za oceną średnią wypowiedziało się 43,9%. Ocenę średnią krajowi turyści wystawili oznakowaniu ulic (43,7% badanych), a złą i bardzo złą (łącznie wyraziło 15,9% ankietowanych), dobrą 38,8%.

Także turyści zagraniczni przyjeżdżający do Poznania nie najlepiej wypowiadali się o niektórych rodzajach infrastruktury towarzyszącej turystyce tranzytowej. Oceny złe (33,2%) oraz bardzo złe (26,3%) dotyczyły stanu poznańskich dróg oraz możliwości parkowania samochodów. 35,8% badanych określiło te ostatnie jako złe i 30,2% jako bardzo złe. Wyższe oceny turyści zagraniczni wystawili oznakowaniu ulic. Bowiem 30,5% respondentów wypowiedziało się, że jest ono dobre, a 35%, że jest średnie (dostateczne). Tylko 26% ankietowanych na ten temat wyraziło złą opinię i 6,2% bardzo złą.

Na temat turystyki w Poznaniu wypowiadali się również reprezentanci firm działających w mieście. Tranzytowy charakter Poznania, jako czynnika wpływającego pozytywnie na rozwój ruchu turystycznego w mieście, w swoich wypowiedziach uwzględniło 66,1% ankietowanych, co dało temu walorowi miasta trzecie miejsce po walorach turystycznych (85,7%) i Międzynarodowych Targach Poznańskich (78,6%). Z czynników wpływających negatywnie na rozwój turystyki w Poznaniu, zwłaszcza tych określających turystykę tranzytową, badani wymieniali najczęściej: problemy z parkingami (75%), niedostateczne połączenia lotnicze (60,7%), zły i bardzo zły stan dróg (87,5% odpowiedzi).

Promocja produktu dla turystyki tranzytowej powinna skupić się głównie na zachęcaniu inwestorów do lokowania kapitału w bazę noclegową (motele) oraz stacje obsługi kierowców, parkingi wokół miasta. Szczególnie ważne jest, aby powstawały nowe obiekty noclegowe w okolicach Poznania i w pobliżu przyszłej autostrady,

ponieważ w chwili obecnej stan tej części infrastruktury turystycznej jest niezadawalający.

Odnosi się to przede wszystkim do zagospodarowania węzłów autostrady A-2 przy jej zjazdach do Poznania. Powinny być tam pobudowane centra handlowe, hotelowo-gastronomiczne, parkingi, stacje napraw samochodów. Rejony autostrady w okolicach Poznania powinny być również zagospodarowane obiektami wypoczynkowo-rekreacyjnymi, gabinetami odnowy biologicznej, z których mogliby korzystać tranzytowi kierowcy.

Korzystnie natomiast prezentuje się obecny stan infrastruktury przydrożnej w postaci punktów gastronomicznych i stacji benzynowych w Poznaniu (Esso, Statoil, British Petroleum, Rafineria Gdańska). Jest to element, który w ostatnich latach zmienił się najbardziej.

Ważnym punktem tranzytu lotniczego powinien zostać port Ławica oraz dodatkowo przystosowane do ruchu cywilnego lotnisko Krzesiny. Ze względu na rosnącą rangę międzynarodową miasta należałoby zadbać o większą sieć połączeń lotniczych głównie z Berlinem i innymi większymi miastami Europy. Za rozbudową portu lotniczego (nie tylko zastępczego) przemawiają nie tylko względy ekonomiczne i społeczne, ale jego szczególne względy klimatyczne (mniejsze, rzadsze mgły niż w innych miastach kraju).

Poprawa wizerunku Poznania jako miasta tranzytowego jest konieczna, jeśli ma być w pełni wykorzystany walor, jakim jest usytuowanie miasta w tak strategicznym punkcie na mapie Polski i Europy.

Rozdział 5
UWARUNKOWANIA ROZWOJU RYNKU TURYSTYCZNEGO MIASTA POZNANIA (analiza SWOT)

Turystyka należy do tych dziedzin, które są bardzo silnie powiązane z otoczeniem, a także jest dziedziną, która bardzo szybko reaguje na zmiany zachodzące w niej samej.

Nie bez powodów określa się często wszelkie przedsięwzięcia w turystyce w ramach transformacji trzech zasobów: ziemi, pracy i kapitału, tak aby w efekcie końcowym powstał produkt lub produkty turystyczne[58]. Inaczej mówiąc podstawowym celem takiej transformacji jest zwiększenie dostępności istniejących zasobów turystycznych dla potencjalnego popytu, z uwzględnieniem uwarunkowań zewnętrznych i wewnętrznych, sprzyjających bądź hamujących rozwój turystyki na danym terenie.

W niniejszym opracowaniu wyodrębniono cztery grupy czynników, które mogą wpływać na rozwój poznańskiego rynku turystycznego:

- przyrodnicze;
- ekonomiczno-finansowe;
- polityczne i organizacyjno-prawne;
- społeczne.

5.1. UWARUNKOWANIA PRZYRODNICZE

Dla rozwoju turystyki i wypoczynku w mieście istotne znaczenie ma stan czystości środowiska przyrodniczego, zwłaszcza wód powierzchniowych, powierzchni ziemi (gleb), powietrza atmosferycznego oraz komfort akustyczny. Szczegółowo zagadnienie te prezentują specjalistyczne opracowania Wydziału Ochrony Środowiska Urzędu Miejskiego w Poznaniu oraz Wojewódzkiego Inspektoriatu Ochrony Środowiska w Poznaniu[59].Szczególny wpływ na środowisko na terenach miejskich, a jednocześnie na komfort wypoczynku ma system komunikacyjny (drogi). Użytkowanie dróg wiąże się z występowaniem ujemnych oddziaływań na środowisko. Szczególnie występują uciążliwości związane m.in. z hałasem, zanieczyszczeniem powietrza, wód powierzchniowych i podziemnych oraz gleb, a także wibracjami. Potencjalne oddziaływania dróg na środowisko w fazie eksploatacji to:

- powierzchnia ziemi - erozja wodna i wietrzna, zanieczyszczenie gleb i upraw, przyspieszona urbanizacja terenów, aktywizacja gospodarcza i społeczna, poprawa dostępności terenu, uporządkowanie zagospodarowania przestrzennego
- wody - zanieczyszczenie wód związane z ruchem drogowym, zagrożenie ujęć wody i zbiorników wód podziemnych
- powietrze - zanieczyszczenie powietrza związane z ruchem drogowym
- świat roślinny i zwierzęcy - zniszczenie roślinności wskutek zanieczyszczenia powietrza i gleb, wypadki ze zwierzętami

---

[58] Por. *Lokalna polityka turystyczna i marketing*. Centrum Edukacji Kadr Turystycznych - Instytut Turystyki, Oddział w Krakowie, Kraków 1996, s.20-21.

[59] *Środowisko naturalne miasta Poznania*. Urząd Miejski w Poznaniu, Wydział Ochrony Środowiska, Poznań 1996, cz. I, II, III, oraz *Raport o stanie środowiska w Wielkopolsce w latach 1997-1998*. Inspekcja Ochrony Środowiska - Wojewódzki Inspektorat Ochrony Środowiska, Poznań 1999, t. 1 i 2.

- krajobraz - ewolucyjne zmiany krajobrazu wskutek zmiany szaty roślinnej i urbanizacji, ingerencja wizualna wynikająca ze wzrostu ruchu drogowego, wzbogacenie krajobrazu
- zieleń - wycinka drzew i krzewów wynikająca ze względów ruchu drogowego, planowe zmiany w zieleni wskutek zabiegów pielęgnacyjnych, kształtowanie zieleni typu parkowego
- klimat akustyczny - hałas drogowy
- stan czystości - zanieczyszczenie odpadami związane z użytkowaniem drogi.

Wszystkie te oddziaływania są także niekorzystne dla możliwości wypoczynku w mieście.

Jakość wód. Rzeka Warta, płynąc przez miasto Poznań, odbiera znaczny ładunek zanieczyszczeń, trafiający wraz ze ściekami przemysłowymi, komunalnymi i deszczowymi oraz wodami rzek wpływających do niej na obszarze miasta. O jakości wód rzeki przed Poznaniem, decydują zrzuty ścieków z większych miast położonych wzdłuż jej biegu, m.in. z Zawiercia, Myszkowa, Częstochowy, Sieradza, Uniejowa, Koła, Konina i Śremu, a także ścieki odprowadzone bezpośrednio przed granicą miasta z zakładów przemysłowych Lubonia. Szczególnie duży udział mają ładunki zanieczyszczeń wnoszonych do Warty z wodami Neru - odbiornika ścieków z łódzkiego okręgu przemysłowego (ok. 450 tys.m^3 ścieków/dobę). Rzeka Warta od wielu lat prowadzi wody pozaklasowe, o czym decyduje w głównej mierze skażenie bakteriologiczne (wartość miana coli typu fekalnego wynosi średnio 0,0004) oraz ponadnormatywne stężenia azotu azotynowego ($N\text{-}NO_2$) wynoszące 0,11 mg/dm^3 (przy obowiązującej normie 0,02 mg/dm^3). Zawartość pozostałych substancji biogennych: fosforanów azotanów oraz fosforu i azotu ogólnego utrzymuje się na ogół (1994 r.) na poziomie III klasy.

Ilość substancji organicznych zawartych w wodach Warty w latach 1990-1993 przekraczała dopuszczalne normatywy, natomiast w 1994 r. utrzymywała się na poziomie III klasy czystości. Podobna zmienność wystąpiła w ostatnich latach dla stężeń zawiesin niesionych wraz z wodami rzeki. W 1994 r. ilość zawiesin odpowiadała III klasie czystości (32,5 mg/ dm^3); w latach wcześniejszych wskaźnik ten dyskwalifikował jakość rzeki (średnie stężenie 64,5-66,5 mg/dm^3). Nieznaczna poprawa jakości związana jest z prawie dwukrotnym wzrostem przepływu wód w rzece w roku 1994 r. Poziom zasolenia wód od kilku lat utrzymuje się na niezmienionym poziomie I klasy czystości. Ścieki z miasta wpływające do rzeki w ilości ok. 240 tys. m^3/dobę, są oczyszczone w niewielkim stopniu (głównie mechanicznie, redukcja maksymalnie do 20 % zanieczyszczeń) lub wprowadzane bez jakiegokolwiek oczyszczenia. Stan taki powoduje pogłębienie skażenia bakteriologicznego wód Warty (wartość miana coli typu fekalnego poniżej Poznania wynosi średnio 0,00001) (lata 1994-1995).

Stan czystości Kopli (Głuszynki). Strumienia Junikowskiego, Cybiny, Głównej, Potoku Bogdanka i Cybiny jest niezadawalający ze względu na dopływające ścieki.

Stan czystości jezior w mieście jest zmienny. Uwzględniając zawartość substancji biogennych (związki fosforu i azotu) wody jezior (Kierskie, Rusałka, Maltańskie) są wodami pozaklasowymi (non) lub odpowiadają okresowo III klasie czystości. Pod względem mikrobiologicznym wody tych zbiorników prawie przez cały rok mieszczą się w I lub II klasie czystości.

Kąpieliska miejskie są najczęściej warunkowo dopuszczane do kąpania ze względu na przekraczanie norm ilości zawiesiny ogólnej, azotynów, siarczanów i BZT_5. Wody kąpieliska w Jeziorze Maltańskim nie odpowiadają normom czystości pod względem mikrobiologicznym.

Stan zanieczyszczenia powietrza. Badania zanieczyszczeń powietrza na stanowiskach zlokalizowanych w różnych systemach pomiarowych [sieć podstawowa, sieć GEMS (Global Environmental Monitoring System), sieć nadzoru ogólnego, sieć regionalna] prowadzone są przez Państwową Inspekcję Sanitarną. Wykonywane są pomiary średniodobowych stężeń dwutlenku siarki, dwutlenku azotu, fluoru, stężenia zapylenia oraz opadu pyłu. Na podstawie wyników tych pomiarów obliczono stężenia średnioroczne, które służą do oceny długookresowego zanieczyszczenia powietrza na danym obszarze. Najwyższe wartości stężeń średniorocznych tlenków siarki i tlenków azotu (przekraczające wartości dopuszczalne) oraz pyłu zawieszonego występują w Śródmieściu (ul.Kościuszki) oraz na Jeżycach (ul. Galla), stosunkowo wysokie wartości stężeń występują także na Wildzie. Poprawa czystości powietrza możliwa będzie m.in. poprzez prowadzenie różnorakich działań umożliwiających istotne zmniejszenie ilości spalanych paliw, a tym samym ograniczenia produkcji zanieczyszczeń:

- ograniczenie strat cieplnych budynków istniejących (tzw. termorenowacja budynków) oraz preferencje dla budownictwa energooszczędnego
- ograniczenie zużycia energii i jej nośników przez maszyny i urządzenia
- szerokie wprowadzenie układów automatycznej regulacji w istniejących systemach grzewczych, a następnie:

a) rozbudowa i modernizacja systemów ciepłowniczych połączona z likwidacją kotłowni lokalnych

b) rozprowadzenie sieci gazowych w mieście z przeznaczeniem gazu głównie na potrzeby bytowe oraz grzewcze w sektorze komunalnym oraz małych zakładach przemysłowych

c) stosowanie paliw wysokokalorycznych i niskosiarkowych w kotłowniach indywidualnych, nie objętych gazyfikacją lub uciepłownieniem

d) minimalizacji emisji pyłów z ciepłowni węglowych

e) odsiarczanie spalin w ciepłowniach węglowych średniej i dużej mocy połączone z modernizacją kotłów dla ograniczenia emisji tlenków azotu.

Skażenie gleb metalami ciężkimi. W mieście następuje ze względu na bardzo dużą liczbę mieszkańców oraz produkcję różnego rodzaju dóbr materialnych olbrzymi dopływ produktów żywnościowych o różnym stopniu przetwarzania, przy jednoczesnym wzroście produkcji odpadów usuwanych poza teren zamieszkania. Miasto to także ośrodek produkcji przemysłowej, wymagający ciągłego dopływu surowców. W obu przypadkach warunkiem niezbędnym dla sprawnego funkcjonowania miasta jest komunikacja, zarówno międzymiastowa, jak i lokalna. Przy obecnych rozwiązaniach komunikacyjnych powoduje to ogromne zużycie paliw płynnych, głównie benzyny i oleju napędowego. Pojazdy spalinowe wprowadzają do środowiska szereg szkodliwych pierwiastków, z których ołów stanowi największe zagrożenie dla człowieka. Źródłem zanieczyszczenia gleb miejskich metalami ciężkimi są także zakłady przemysłowe oraz paleniska domowe zużywające węgiel. Na terenach podmiejskich w Poznaniu przeważają pola uprawne, które są narażone na emitowany przez przejeżdżające pojazdy ołów. Stężenie pierwiastka szybko jednak się zmniejsza osiągając już w odległości 20 m od krawędzi jezdni koncentrację zbliżoną do naturalnej. W centrum miasta przestrzenne

rozmieszczenie ołowiu w glebie jest podobne do występującego na obrzeżach miasta, lecz w odległości 20 m od jezdni stężenie pierwiastka przekracza o 10 mg/kg wartość graniczną wynoszącą dla tych gleb 50 mg Pb/kg gleby. Część ogrodów działkowych zlokalizowanych jest w pobliżu tras komunikacyjnych, a więc znajduje się w odległości potencjalnie narażonej na skażenie ołowiem.

Hałas. Jednym z głównych źródeł hałasu w mieście jest ruch samochodowy na drogach, stanowiący najpoważniejsze źródło zakłóceń warunków akustycznych środowiska Z uwagi na wzrastającą ciągle liczbę pojazdów samochodowych oraz na fakt, że pojazdy te mogą docierać i docierają prawie wszędzie, na hałas drogowy narażone są wszystkie tereny miejskie przeznaczone do wypoczynku. Warunki akustyczne w miejscu pracy, zamieszkania i wypoczynku są czynnikiem stymulującym powstawanie wielu chorób, głównie psychosomatycznych oraz układu krążeniowego i wegetatywnego. Dopuszczalne poziomy hałasu wyrażone równoważnym poziomem dźwięku A w dB winny w przypadku dróg wynosić:

- tereny wypoczynkowo-rekreacyjne poza miastem, tereny zabudowy mieszkaniowej jednorodzinnej, tereny zabudowy związanej ze stałym lub wielogodzinnym pobytem dzieci i młodzieży, tereny domów opieki, tereny szpitali w miastach - 55 w dzień i 45 w nocy
- tereny w strefie śródmiejskiej miast powyżej 100 tys. mieszkańców ze zwartą zabudową mieszkaniową i koncentracją obiektów administracyjnych, handlowych i usługowych - 65 w dzień i 55 w nocy.

Wartości te na ogół nie są utrzymywane i praktycznie na terenie Poznania na większości terenów wypoczynkowych występują ponadnormatywne wartości hałasu, Niezbędne jest dlatego stosowanie środków ochronnych (środki ochrony przed hałasem u „źródła", środki budowlane, środki urbanistyczno-krajobrazowe) obniżających poziomy hałasu poza pasem drogowym, co najmniej do wartości dopuszczalnych. Wprowadzanie ekranów ochronnych jest jak najbardziej celowe, zwłaszcza na terenach wypoczynkowych oraz mieszkaniowych.

5.2. UWARUNKOWANIA EKONOMICZNO-FINANSOWE

W badaniach nad gospodarką turystyczną ta grupa uwarunkowań wskazywana jest jako najistotniejsza dla bieżącego stanu i przyszłego rozwoju tej dziedziny. Przyjmując, że rynek turystyczny Poznania jest i będzie istotnym elementem rozwoju gospodarczego miasta, można powiedzieć, że właśnie instrumenty ekonomiczno-finansowe będą najistotniejsze dla jego rozwoju, a pozostałe będą miały charakter uzupełniający[60].

W grupie w/w instrumentów wymienia się najczęściej takie, jak: podatki, opłaty, ceny ziemi, inwestycje komunalne, kary, pożyczki i kredyty.

Klasycznym instrumentem ekonomiczno-finansowym, który może być wykorzystany w kształtowaniu lokalnego rynku turystycznego są podatki, przy czym aby można było mówić o efektywnym ich oddziaływaniu na gospodarkę lokalną, w tym turystykę, samorząd lokalny musi mieć tzw. władztwo podatkowe, czyli możność określenia najważniejszych elementów konstrukcji podatków.

---

[60] Wg. R.Grobelnego instrumenty ekonomiczno-finansowe mają najistotniejsze znaczenie dla rozwoju gospodarczego miasta - por. R.Grobelny: *Instrumenty sterowania gospodarką w skali lokalnej - analiza stanu istniejącego* [w] *Podstawy gospodarczej polityki miasta...*, op.cit, s.337.

Szczególne znaczenie dla rozwoju lokalnego rynku turystycznego ma podatek od nieruchomości, którego wysokość może zachęcać lub zniechęcać do inwestowania w ten sektor gospodarki miasta.

Wydaje się, że preferencyjne stawki podatku od nieruchomości lub zwolnienie od tego podatku dla potencjalnych inwestorów chcących budować infrastrukturę turystyczną w Poznaniu np. małe hotele i motele, obiekty sportowo-rekreacyjne itp., przyczyniłoby się do większego niż dotąd zainteresowania aglomeracją poznańską ze strony tychże inwestorów.

W badaniach przeprowadzonych przez autorów niniejszego opracowania, wśród kilkudziesięciu firm turystycznych działających na terenie aglomeracji poznańskiej, 14,3% ankietowanych wskazało na konieczność ulg podatkowych dla potencjalnych inwestorów.

W opinii znacznej części przedstawicieli poznańskiego sektora turystycznego, miasto już dzisiaj można uznać za centrum turystyczne, o skali ponadlokalnej (53,6% odpowiedzi). Ale spora część środowiska turystycznego w Poznaniu (46,4% badanych) uważa, że Poznań nie może obecnie, z różnych powodów, pretendować do miana centrum turystycznego.

Wśród tego typu opinii wskazywano najczęściej na następujące przyczyny:

- niedostateczną infrastrukturę turystyczną, zwłaszcza brak taniej bazy noclegowej i urządzeń sportowo-rekreacyjnych - 10,7% odpowiedzi;
- niedostateczne działania promocyjne władz, firm turystycznych, które przyciągałyby turystów do Poznania - 10,7% odpowiedzi;
- brak unikalnych atrakcji turystycznych w mieście - 7,1% odpowiedzi;
- dominująca funkcja przemysłowo-handlowa miasta - 7,1% odpowiedzi;
- tranzytowy charakter miasta, który nie sprzyja pobytom turystycznym - 5,4% odpowiedzi.

Istotnym ograniczeniem dla rozwoju rynku turystycznego w Poznaniu są relatywnie wysokie ceny ziemi w mieście, a także ceny usług związanych z korzystaniem z nieruchomości (najem, dzierżawa nieruchomości). Zdając sobie sprawę z faktu, iż wiodącą funkcją Poznania nigdy nie będzie funkcja turystyczna, warto zauważyć iż obecnie trudno mówić o przemyślanej polityce władz miejskich w komunalnej gospodarce lokalowej, takiej która preferowałaby firmy o charakterze turystycznym. Oczywiście nie chodzi tutaj o „branżowe" ulgi dla firm turystycznych, ale o rozsądne ceny dzierżaw lokali komunalnych dla sektora turystycznego, a także o przekazywanie lokali na potrzeby punktów informacji turystycznej.

Istotne znaczenie wśród instrumentów ekonomiczno-finansowych odziaływujących na poznański rynek turystyczny mają tzw. opłaty lokalne, ustanowione przez władze samorządowe z tytułu korzystania z urządzeń użyteczności publicznej, np. za korzystanie z komunikacji miejskiej, urządzeń wodociągowo-kanalizacyjnych itp. Szczególnym rodzajem opłaty w Poznaniu jest opłata za parkowanie pojazdów w mieście, w szczególności opłata za parkowanie w tzw. strefie ograniczonego postoju, zdecydowanie rozszerzonej w 1999 roku. Nie negując potrzeby wyraźnego ograniczenia ruchu pojazdów w centrum Poznania, a w przyszłości wyeliminowania indywidualnego ruchu samochodowego i zastąpienia go komunikacją publiczną (tramwaje, autobusy miejskie), trzeba podkreślić, iż opłaty za korzystanie z parkingów w Poznaniu są zdaniem wielu ankietowanych zbyt wysokie, w porównaniu z innymi polskimi miastami.

Problemy związane z parkowaniem pojazdów w mieście podkreślają nie tylko turyści krajowi i zagraniczni odwiedzający Poznań, ale także przedstawiciele branży turystycznej oraz mieszkańcy miasta. W opinii 75% badanych przedstawicieli sektora turystycznego oraz w opinii 70% ankietowanych mieszkańców miasta, negatywnie na rozwój turystyki w Poznaniu wpływają właśnie problemy parkingowe.

Tabela nr 36

Najważniejsze czynniki negatywnie wpływające na rozwój rynku turystycznego w Poznaniu, w opinii przedstawicieli branży turystycznej i mieszkańców miasta

Lp	Rodzaj negatywnego czynnika	Oceny branży turystycznej (w %)	Oceny mieszkańców miasta (w %)
1	Słaba dostępność komunikacyjna miasta	73,2	71,4
2	Niewłaściwa promocja turystyczna miasta	46,4	39,1
3	Nieatrakcyjna baza noclegowa	32,1	30,9
4	Niedostateczna baza sportowo-rekreacyjna	33,9	43,2
5	Brak parkingów w mieście, zbyt wysokie opłaty	75,0	70,9
6	Niedostateczna informacja turystyczna	37,5	28,6
7	Wysokie ceny usług turystycznych	41,1	35,9
8	Niedostateczna ilość połączeń lotniczych	60,7	43,6
9	Brak zainteresowania władz miejskich problemami turystyki	23,2	22,7
10	Niechętne nastawienie mieszkańców do turystów	7,1	2,7
11	Brak poczucia bezpieczeństwa w mieście	33,9	39,5

Źródło: jak w tabeli nr 8.

Jak wynika z tabeli nr 36, wśród czynników negatywnie wpływających na rynek turystyczny w Poznaniu dominują uwarunkowania infrastrukturalne (baza noclegowa, sportowo-rekreacyjna, parkingi, komunikacja), ale są tam także dwa czynniki stricte ekonomiczne.

Okazuje się bowiem, że bardzo negatywnie na przyjazdy turystów krajowych i zagranicznych do Poznania mogą wpływać relatywnie wysokie ceny usług turystycznych i paraturystycznych w mieście. Potwierdzają tę tezę, także wyniki cytowanych wcześniej badań granicznych Instytutu Turystyki wśród turystów zagranicznych, z których wynika, że najwięcej opinii krytycznych ze strony tej grupy dotyczy uciążliwego dojazdu do Polski i poszczególnych miejscowości (13,5% ocen negatywnych) oraz wysokich kosztów pobytu w Polsce (11,2% odpowiedzi ogółu badanych)[61].

Czynnikiem ekonomicznym jest także promocja turystyczna miasta, która zdaniem ankietowanych jest niedostateczna a także mało efektywna.

Mimo podejmowanych przez władze miejskie działań, zwłaszcza przez Biuro Promocji Miasta, a także działań podejmowanych przez poznańską placówkę Polskiej Agencji Promocji Turystyki, uczestnicy poznańskiego rynku turystycznego oceniają ich zakres i jakość jako wysoce niewystarczające dla uczynienia z Poznania centrum turystycznego o randze międzynarodowej. Świadczą o tym dane zawarte w tabeli nr 37, z których wynika, że mniej niż 1/4 ankietowanych przedstawicieli branży turystycznej, uważa obecnie działania promocyjne za właściwe i wystarczające.

---

[61] Por. W.Bartoszewicz: *Cele, motywy...*, op.cit, s.27.

Tabela nr 37

Ocena działań promocyjnych na poznańskim rynku turystycznym w 1999 roku, w opinii przedstawicieli branży turystycznej

Lp	Ocena działań promocyjnych	% odpowiedzi respondentów
1	Są właściwe, przyczyniają się do wzrostu liczby przyjazdów turystycznych	23,2
2	Są minimalne, w zasadzie nie sprzyjają rozwojowi rynku turystycznego w Poznaniu	21,4
3	Nie są w ogóle zauważalne	21,4
4	Trudno ocenić	33,9
	Razem:	100,0

Źródło: jak w tabeli nr 8.

Wśród mankamentów obecnych działań promocyjnych respondenci wymienili między innymi: brak bezpłatnych informatorów dla turystów w różnych obiektach np. hotelach, muzeach, biurach podróży; niezbyt aktualne informacje w przewodnikach i folderach; złe oznakowanie atrakcji turystycznych miasta; niedostateczna promocja Poznania na najpoważniejszych imprezach - targach turystycznych, np. na TOUR-SALONIE, Międzynarodowych Targach Turystycznych w Warszawie, I.T.B w Berlinie, targach turystycznych w Londynie; brak nowoczesnego przewodnika turystycznego po mieście, a także małych podręcznych wielojęzycznych map z zaznaczonymi atrakcjami turystycznymi miasta.

Ankietowani bardzo pozytywnie ocenili działalność promocyjną na rynku turystycznym Centrum Informacji Miejskiej, zwłaszcza zaś funkcjonowanie Multimedialnego Informatora Miejskiego i wydawanych przez tę instytucję wydawnictw o charakterze promocyjnym. Także działalność Centrum Informacji Turystycznej na Starym Rynku oceniono pozytywnie, ale zwrócono uwagę na konieczność wydłużenia czasu pracy tej placówki w sezonie turystycznym oraz wydawanie przez nią większej liczby bezpłatnych materiałów promocyjnych dla turystów krajowych i zagranicznych.

Wydaje się, że optymalnym rozwiązaniem w przyszłości byłoby utworzenie Agencji Turystycznej (Poznańskiej lub Miejskiej), w skład której weszłaby, także sieć punktów informacji turystycznej w całym mieście, a być może w całym województwie wielkopolskim.

Do istotnych uwarunkowań ekonomiczno-finansowych stymulujących rozwój poznańskiego rynku turystycznego zaliczyć należy finansowanie przez władze miejskie niektórych przedsięwzięć na tym rynku. Poza oczywistymi działaniami władz miejskich w zakresie poprawy stanu tzw. infrastruktury komunalnej miasta (drogi, parkingi, czystość i bezpieczeństwo itp.), wydaje się celowe zaangażowanie Urzędu Miejskiego w działania promocyjne na rynku turystycznym, a także w przedsięwzięcia zmierzające do stworzenia profesjonalnych instytucji turystycznych (AT, sieć punktów miejskiej informacji turystycznej, wydawnictwa promocyjne, oznakowanie turystyczne miasta itp.).

Wymienione czynniki ekonomiczno-finansowe nie wyczerpują zapewne całości problemu wspierania i finansowania dalszego rozwoju rynku turystycznego Poznania, ale ilustrują jak duże znaczenie mają te uwarunkowania wśród innych opisanych w pozostałych podrozdziałach.

5.3. UWARUNKOWANIA POLITYCZNE I ORGANIZACYJNO-PRAWNE

Na początek kilka koniecznych reminiscencji o miejscu Poznania i regionu w zakresie rozwoju społeczno-gospodarczego, w tym w szczególności stopnia rozwoju infrastruktury instytucjonalnej oraz osiągniętego stopnia rozwoju megaproduktu dla przemysłu turystycznego. Generalnie Wielkopolska, a szczególnie stolica regionu miasto Poznań, poszczycić się może dobrymi wynikami społeczno-gospodarczymi. Mamy tu na uwadze rozwój sektora prywatnego, otoczenia biznesu oraz poziomu zaangażowania kapitału obcego. Trzon regionu tj. byłe województwo poznańskie, przyciągnęło ponad 220 inwestorów zagranicznych (w tym są znaczące pozycje w branży turystyczno-hotelarskiej), którzy zainwestowali szacunkowo do 2,5 mld dolarów. Jeśli zaś idzie o aglomerację poznańską, to - przypomnijmy - zdaniem ekspertów niemieckich (z początku lat 90-tych), Poznań należy do najbardziej atrakcyjnych miast dla ludzi biznesu w Europie Środkowej i Wschodniej. Dokładniej, przyznano wówczas Poznaniowi 5 miejsc wśród 150 miast tego regionu, i należy sądzić, że pozycję tę zachowuje miasto do chwili obecnej. Uznanym czynnikiem rozwojowym Poznania i regionu są niewątpliwie: jego położenie geograficzne, wykształcony profil produkcji i działalności usługowej, oraz właściwości organizacji życia społecznego i dominujące cechy osobowościowe mieszkańców.

Powyższe pozwala formułować tezę o ponadprzeciętnym - w skali kraju - nasyceniu regionu w infrastrukturę instytucjonalną, komunalną i techniczną, o osiągniętym, przyzwoitym poziomie kapitału ludzkiego, co w rezultacie stwarza relatywnie dobry klimat przemysłowy. Jest to - pragniemy to szczególnie mocno podkreślić - warunek sine qua non dla rozwoju rynku usług turystycznych w Poznaniu.

Powyższe nie oznacza bynajmniej, że brak tu ważkich problemów, zapóźnień rozwojowych i perspektywicznych zagrożeń. Ich podłożem są zarówno czynniki o charakterze lokalnym (obiektywne i subiektywne), regionalnym, krajowym, jak i te będące wypadkową aktualnych procesów gospodarczej globalizacji. Ze zjawiskiem gospodarczej globalizacji współistnieć w XXI wieku będzie - sygnalizowana w ostatnim „Raporcie o rozwoju świata", opracowanym przez ekspertów Banku Światowego, tendencja rosnącej roli rynków lokalnych, czyli „lokalizacja". I choć trudno dzisiaj oszacować łączny rezultat tych niejako sprzecznych procesów, możliwy jest zarówno „efekt niemal rewolucyjny" dla rozwoju, jak również rezultat odwrotny, tj. „gospodarczy chaos i jeszcze więcej ludzkiego cierpienia" . W przypadku spełnienia się gorszego scenariusza może to oznaczać i regres w sferze kontaktów biznesowych, i dekoniunkturę w układach lokalnych. Spośród uwarunkowań międzynarodowych pragniemy zamarkować jedynie akcentowany przez polskich regionalistów problem celów strategicznych Unii Europejskiej i możliwych na tym tle szans i potencjalnych zagrożeń dla aglomeracji poznańskiej i regionu Wielkopolski. Otóż celem tym jest generalnie sprostanie w następnym stuleciu wyzwaniu Stanów Zjednoczonych i Japonii na polu innowacji i technologii. Obecnie są one produktem pracy klasy metropolitalnej skupionej w „węzłach globalnych sieci". Ocenia się, że Europa posiada około 20 ponad milionowych aglomeracji zamieszkiwanych przez członków owej klasy. Charakteryzują się oni wysokim poziomem wykształcenia i poziomem konsumpcji oraz nieograniczonymi praktycznie możliwościami komunikacji społecznej. Rozwój tych walorów jest z kolei wypadkową wyznawanego systemu wartości nacechowanego

postawą wręcz ahistoryczną. Ta bowiem charakteryzuje się między innymi brakiem więzi z rodzimymi przedstawicielami klas niższych[62].

Z wspomnianego połączenia węzłów globalnych sieci wyłania się struktura europejskiej przestrzeni ukazująca jej centra i peryferie. Wśród tych ostatnich jest, będąca szczególnym wyzwaniem dla zjednoczonej Europy, peryferia środkowo-wschodniej części kontynentu. Jej nieco wyróżniającym się pozytywnie członem jest Poznań i Wielkopolska. Dokładniej należałoby tu mówić o powiecie grodzkim poznańskim oraz o powiatach i gminach go otaczających. Te obszary w ostatnich latach odnotowują wyraźny średni wzrost wskaźnika potencjału rozwojowego - często zresztą kosztem aglomeracji poznańskiej.

W. Surażska tłumaczy to przenoszeniem się biznesu do gmin podmiejskich. I tak np. wzrost liczby firm w powiecie ziemskim poznańskim należy do najwyższych. Niestety w rankingu województw kondycja Wielkopolski jest słabsza od opinii funkcjonującej w potocznej świadomości Wielkopolan. Zdaniem Centrum Badań Regionalnych jest to „efektem" odcięcia Wielkopolski od dynamiczniej rozwijających się terenów przygranicznych oraz obciążenia możliwości rozwojowych własną „ścianą wschodnią". Natomiast w świetle badań nad atrakcyjnością inwestycyjną małych miast warto odnotować fakt, iż spośród 38 w kraju, 6 takich miast znajduje się w sferze oddziaływania aglomeracji poznańskiej (Kórnik, Puszczykowo, Swarzędz, Stęszew oraz Pniewy i Rogoźno).

W świetle jednej z koncepcji przyszłego rozwoju Europy postrzegającej szanse jej szybkiego rozwoju na linii „Paryż - Berlin - Warszawa - Moskwa"[63], Poznaniowi przypadłaby tu zdecydowanie uprzywilejowana pozycja[64]. Oczywiście pełne wykorzystanie tej wizji będzie wypadkową wielu uwarunkowań zewnętrznych i wewnętrznych, (wśród najważniejszych - osłabiających szanse Poznania w skali zjednoczonej Europy - wymienić należy „rezultat" polityki naukowej państwa w postaci spadku nakładów na naukę i badania rozwojowe do poziomu 0,46 PKB, a uwzględniając wszystkie źródła do poziomu 0,8 PKB, a więc niemal na poziomie 50% przeciętnej światowej wynoszącej 1,4% PKB (przy czym w 1996 roku w krajach OECD w 61% tych nakładów partycypował przemysł, a budżety państw w 32,3%). Tym niemniej zdecydowana wola władz samorządowych, regionalnych i aglomeracji poznańskiej może i powinna przyczyniać się do urealnienia tej historycznej szansy. Odwołujemy się tu do historycznie ugruntowanej regionotwórczej funkcji miasta Poznania, do tej niezmiennie żywej tendencji również obecnej w trudnym okresie po reformie administracyjnej w 1975 roku. Egzemplifikacją tej tezy , obok licznych działań na polu kultury (prasa, publikacje regionalne, działalność towarzystw o takim obszarze działania), jest znana w środowisku turystycznym, a niestety niewłaściwie skonsumowana inicjatywa wojewodów z terenu Wielkopolski i Ziemi Lubuskiej na rzecz Rozwoju Produktu Turystycznego Regionu[65].

---

[62] Zarys nowej struktury społecznej w Polsce przedstawił m.in. M. Ziółkowski w pracy *O różnorodności teraźniejszości (Pomiędzy tradycją, spuścizną socjalizmu, nowoczesnością)*, UAM, Instytut Socjologii Poznań 1997 (maszynopis powielony).

[63] Ta koncepcja rozwoju nie koresponduje z aktualnym brakiem bezpośrednich połączeń kolejowych na trasie Paryż - Poznań - Moskwa.

[64] Spośród innych warto wymienić koncepcję, wedle której rdzeniem przyszłej Europy będzie Europa Bałtycka, albo też rozwijająca się na osi „Monachium - Wiedeń - Budapeszt".

[65] Zob. *Rozwój produktu turystycznego regionu Wielkopolska i Ziemia Lubuska*, UKFiT, Program UE

Niewątpliwym atutem i argumentem wspierającym słuszne aspiracje Poznania i Wielkopolski jest 4 pozycja w rankingu polskich regionów z punktu widzenia potencjału naukowego. Pozwala to optymistycznie oceniać możliwości wykreowania bardzo dobrych projektów rozwojowych (np. w postaci kontraktu wojewódzkiego), co jest i będzie warunkiem uzyskiwania unijnych środków pomocowych - oczywiście przy ich wsparciu przez władze krajowe. Należy pamiętać, że środki te zgodnie z celami Unii Europejskiej będą kierowane do tych aglomeracji i regionów, które będą nośnikami innowacji i nowoczesnych technologii, które będą jednocześnie bogate we wszystkie istotne komponenty tzw. zasobów publicznych. Istota zagadnienia polega na tym, że w istocie tzw. czysty produkt turystyczny, tj. to co sprzedaje organizator imprezy, agent bądź pośrednik, to jedynie około 10 % całości produktu. Na pozostałe 90 % składają się wspomniane wyżej zasoby publiczne, powszechnie dostępne, czyli ogół dóbr dostępnych w danej miejscowości (obszar, krajobraz, dziedzictwo kulturowe, przyrodnicze itp.).

O ile zatem troska o jakość „czystego produktu turystycznego" jest zadaniem organizatora imprezy turystycznej, o tyle pozostała znamienita jego część składowa jest wypadkową działalności władzy lokalnej. Nadmienimy jedynie, iż miasto Poznań jest - jak każda aglomeracja - megaproduktem, którego elementy materialne i niematerialne są przedmiotem konsumpcji. Te ostatnie są trudno postrzegalne i niełatwe do jednoznacznego zdefiniowania. Możemy tu mówić o wizerunku miasta, zapisanej w zbiorowej kulturze świadomości ludzi, stereotypowej wiedzy o danym miejscu, lokalnym klimacie kulturowym, klimacie przedsiębiorczości, zdolności do samoorganizacji oraz sieci interakcji między różnymi podmiotami. Razem z infrastrukturą instytucjonalną (uznaje się, że zawiera ona akceptowane społeczne normy, organizacje i sposoby postępowania, jakie między nimi obowiązują), oraz infrastrukturą materialną (komunalną, techniczną) zagospodarowaniem - szczególnie turystycznym - tworzy to wspomniany megaprodukt. Na jego jakość dodatkowo składa się estetyka miejsca pobytu, wyposażenie, wystrój i nastrój, czyste ulice, skwery i parki, nowoczesne sanitariaty, ubiór personelu służb miejskich itd..

Przykładem szczególnie ważnej części infrastruktury miasta jest jego dostępność komunikacyjna. Dla Poznania jest ona wypadkową centralnego położenia aglomeracji poznańskiej na linii Wschód - Zachód, i w połowie odległości między Berlinem a Warszawą. Poznań ma również wiele połączeń kolejowych w systemie Euro i Intercity. O konkurencyjności Poznania stanowi również Port Lotniczy „Ławica", który po ostatniej modernizacji dysponuje nowoczesną aparaturą naprowadzającą, co pozwala przyjmować największe statki powietrzne. Atutem Ławicy jest uznanie jej za obiekt o najlepszych w Polsce warunkach pogodowych. Aktualnie Poznań posiada lotnicze połączenia bezpośrednie z Dreznem, Düsseldorfem, Hannowerem, Kopenhagą i Lipskiem. Należy też wyrazić nadzieję, iż zgodnie z zamierzeniami Ministra Transportu i Gospodarki Morskiej znikną wkrótce ograniczenia, co do liczby koncesji dla przewoźników chcących uruchamiać kolejne połączenia Poznania ze światem[66].

PHARE, Warszawa 1998 r.

[66] Zakładamy tu optymistycznie, iż polityka ta nie jest - jak się powszechnie uważa - wyrazem obrony monopolu lotniska na Okęciu lecz dowodem troski resortu o bezpieczeństwo pasażerów i respektowania prawa lotniczego, w tym konwencji chicagowskiej z 7 grudnia 1944 r. oraz wszystkich norm i zaleceń Organizacji Międzynarodowego Lotnictwa Cywilnego, której Polska jest członkiem. Zob. też: Ministerstwo ogranicza koncesje, 1999, „Rzeczpospolita", nr 244, oraz Eurowings nie rezygnuje, 1999, „Rzeczpospolita"

Naprzeciw tym oczekiwaniom wychodzi - nie do końca satysfakcjonujący - zamiar właściwego ministra przyznania Ławicy kategorii lotniska „głównego" (obok Katowic, Rzeszowa, Szczecina i Wrocławia). Kategorię pierwszą zamierza się przyznać obok, Warszawy, również lotniskom Gdańsk - Rembiechowo oraz Kraków - Balice. Kategorię trzecią - lotnisk regionalnych - uzyskałyby m.in.: Piła, Bydgoszcz i Kielce. Wydaje się, iż po ewentualnych pomyślnych konsultacjach w gronie ekspertów, władze Poznania powinny dążyć do uzyskania dla Ławicy statusu lotniska „magistralnego", które obsługiwałoby region Polski Północno-Zachodniej. Znane są ponadto dalsze - tzn. poza Ławicą - interesujące możliwości lokalizacji portów lotniczych dla Poznania. W warunkach gospodarki rynkowej omawiany tu ogólnie megaprodukt jest przedmiotem intensywnych zabiegów marketingowych. Wyrażamy przekonanie, iż wkrótce odpowiednikiem Polskiej Organizacji Turystycznej na szczeblu regionalnym będzie Regionalna Organizacja Turystyczna z siedzibą w Poznaniu, korzystająca z dotychczasowego dorobku oddziału wielkopolskiego PAPT.

Troska władz lokalnych o jakość megaproduktu oraz właściwy jego marketing stanowią koszty społeczności lokalnej stosunkowo łatwe do wyliczenia, w przeciwieństwie do „zysku" w postaci - najogólniej rzecz ujmując - dynamiki rozwoju miasta i wzrostu dobrobytu jego mieszkańców. Zysk ma więc charakter pośredni, złożony, wielowątkowy, rozłożony w czasie, a często wręcz niewymierny. Jest tak i wówczas, gdy zabiegi marketingowe prowadzone są chaotycznie w sposób niezintegrowany, to znaczy nieprofesjonalnie.

Dalecy jesteśmy od formułowania uwag krytycznych, co do dotychczasowego wysiłku koncepcyjnego i jakości wytworów tej pracy wykonanej na rzecz Poznania. Przeciwnie, uważamy, iż zarówno „Zarys Programu Strategicznego Rozwoju Miasta Poznania" z roku 1996, jak i „Efekty wdrażania programu..." z roku 1998 stanowią dobry przykład tego rodzaju działań władz miejskich. Zastrzeżenia może natomiast rodzić stopień i tempo urzeczywistniania celów strategii, oraz - co szczególnie ważne w świetle nie tylko targowego charakteru miasta - brak szerszej wizji aspektów turystycznych w treści dotychczasowych programów i strategii. Być może zresztą taki właśnie był zamysł władz, by w miarę zmieniających się uwarunkowań i możliwości poszerzać programy rozwojowe o nowe płaszczyzny i dziedziny działalności społecznej i gospodarczej. Stwierdzamy więc, iż obecne wkomponowywanie w strategię rozwoju Poznania wymiaru turystycznego jest nie tylko dowodem pożądanej świadomości turystycznej (turystyki postrzeganej jako biznes, przemysł turystyczny) władz Poznania, ale też autentycznym działaniem na rzecz uczynienia miasta aglomeracją przyjazną turystom. Pojawia się zatem sposobność, by wzbogacić strategię rozwoju miasta o bardzo wartościowe aspekty markowych produktów polskiej turystyki[67]. Wypowiedź Michela Perettiego - radcy przedstawicielstwa Komisji Europejskiej w Polsce - który zauważył, że „kreowanie i promowanie produktów markowych (turystycznych - przyp. autora) wpłynie na podwyższenie jakości usług, przyniesie wymierne korzyści branży turystycznej i przyczyni się do rozwoju regionalnego Polski", jest argumentem

---

nr 254, gdzie autor słusznie zwraca uwagę, iż mniejsze firmy transportu lotniczego, obsługują w zasadzie typowe połączenia biznesowe i stąd wywieść należy wniosek, iż restrykcyjna polityka resortu , w imię ochrony monopolu przewoźnika krajowego (LOT-u) pośrednio szkodzi inwestycjom zagranicznym w Polsce i tym samym ogranicza rozwój turystyki biznesowo-kongresowej.

[67] Są nimi: Turystyka biznesowa i kongresowa, Turystyka w miastach i kulturowa, Turystyka aktywna i kwalifikowana, oraz Turystyka przygraniczna i tranzytowa.

wspierającym tego rodzaju dążenia władz. Uważamy jednocześnie, że promocja tak rozszerzonego megaproduktu Poznania poprzez znane z dotychczasowej działalności zespoły akcji, np. pod nazwą „obraz miasta na zewnątrz", byłaby zawężeniem form działalności promocyjnej.

Zasygnalizowane zagadnienie promocji jest kwestią ważną, ale jednak wtórną dla naszych analiz. Sprawą o fundamentalnym znaczeniu jest bowiem jakość infrastruktury miasta ocenianej z punktu widzenia przybyłych gości i to niezależnie od celu ich podróży. Ważkim elementem owej infrastruktury jest składnik personalny. Człowiek obsługuje bowiem jej elementy materialne i od poziomu jego kwalifikacji, wykształcenia, znajomości języków obcych i kultury osobistej zależy poziom satysfakcji konsumenta - turysty. Dodamy tu na marginesie, iż sygnalizowany problem pewnego „schamienia obyczajów" (nacechowanego postawą agresji słownej i fizycznej, skłonnością do przemocy i autorytaryzmu) nie obcy jest niestety w coraz większej skali członkom społeczności poznańskiej (zob. pytanie 13, pkt. 14). Skoro schorzeniem tym dotknięte są środowiska uważane dotąd za elitarne, to niewątpliwie jest to powód refleksji dla wszystkich świadomie podejmujących wysiłek tworzenia wizerunku miasta. Generalnie można jednak zaryzykować tezę, iż aglomeracja poznańska ze swoją zróżnicowaną strukturą funkcjonalną (administracyjną, gospodarczą, kulturalną, handlowo-usługową i naukowo-oświatową) dysponuje znaczącym potencjałem kadrowym, zdolnym do spełnienia oczekiwań interesującego nas konsumenta.

Niekwestionowanym atutem Poznania jest też ilość instytucji i organizacji otoczenia biznesu, czego nie można powiedzieć o wątłej tkance sieci powiązań pomiędzy nimi, czyli o zjawisku zawierającym się w treści pojęcia „kapitał społeczny". Zwracamy więc uwagę na zaniedbania na polu współpracy, współdziałania i kooperacji pomiędzy tymi strukturami. W części jest to zapewne wypadkową postaw egoistycznych, preferowania indywidualizmu, czy wręcz egoizmu interesów oraz zwykłego ich partykularyzmu. W pewnym stopniu jest to rezultat braku odpowiednich tradycji z okresu gospodarki centralnie planowanej, a także wyjaśnianą na gruncie socjologii organizacji, sytuacją braku komfortu ekonomicznego oraz czasowego przedstawicieli rodzącej się nowej klasy średniej.

W związku z tym zachęcamy by - parafrazując zwrot „Partnerstwo dla Pokoju" - stworzyć program, na przykład pod hasłem „Partnerstwo dla Poznania w XXI wieku". Motywem przewodnim takiego działania winna być świadomość wszystkich uczestników programu, iż rzecz idzie o kwestie najistotniejsze dla przyszłości Poznania i regionu, o jego „być albo nie być", o jego miejsce na gospodarczej, cywilizacyjnej i oczywiście turystycznej mapie Europy.

Wypada tu m.in. przypomnieć, iż na przykład organizacja targów i wystaw jako znaczący element turystyki biznesowej i ważki sektor gospodarczy są przedmiotem zabiegów ponad trzystu miast w krajach unijnych. Szacuje się, że łącznie miasta te przyjmują rocznie około 3,5 tys. targów i wystaw, 450 tys. wystawców, którzy przyciągają około 63 mln zwiedzających. Targi i wystawy dają stałą pracę 70 tys.osób, a ogółem w różnych formach angażują około 800 tys. osób. Wreszcie warto pamiętać, że od 10 do 20 % budżetów firm (wystawców) pochłania uczestnictwo w tych imprezach, a produktem ubocznym jest najczęściej tak bardzo pożądany, nowy wizerunek miasta.

Ostra konkurencja ma nie tylko wymiar międzynarodowy, ale też krajowy. W pierwszym wymiarze zwrócimy tu jedynie uwagę na nową jakość miejsca i roli Berlina, jako stolicy Niemiec i aglomeracji o dużych aspiracjach w skali europejskiej. Natomiast

w wymiarze krajowym Poznań zajmuje pod względem liczby imprez targowych 3 miejsce po Warszawie, Krakowie. Jednakże o rzeczywistej, wiodącej roli Poznania na targowej mapie Polski przesądza powierzchnia wystawienniczo-targowa udostępniana wystawcom. W tym zakresie MTP jest według Polskiej Korporacji Targowej niekwestionowanym liderem, udostępniając ponad połowę całkowitej powierzchni wystawienniczej polskiego rynku targowego. W Poznaniu prezentuje swoją ofertę 35 % wszystkich wystawców, w tym 50% firm zagranicznych. Nie jest więc przypadkiem członkowstwo Poznania w World Trade Centers Association (Stowarzyszenie Centrów Handlu Światowego). Silna pozycja Poznania cieszy, ale przede wszystkim zobowiązuje do myślenia o przyszłości, a powodów do troski nie brakuje.

Przede wszystkim więc nad nową jakością przemysłu targowego muszą pracować organizatorzy imprez targowych, by w tym podstawowym wymiarze osiągnąć i utrzymać standard europejski. Władze miasta z kolei zatroszczyć się winny o czystość, sprawność układów komunikacyjnych, bezpieczeństwo osobiste gości i ich mienia, wygodną sieć parkingów oraz sprawną obsługę informacji miejskiej. Te kwestie są bowiem - jak ukazały nasze badania - najczęściej negatywnie postrzegane przez turystów i gości targowych w Poznaniu.

Osobną drażliwą kwestią jest nadal jakość usług publicznego transportu osobowego. Nadal jeszcze najczęściej używanym określeniem dla części pseudoprzewoźników jest słowo „mafia". Niemal 22% osób ankietowanych (tj. co najmniej co 5 respondent) stawia ten problem złego funkcjonowania taksówek na pierwszym miejscu wskazań, wśród działań, które należy uczynić dla rozwoju ruchu turystycznego. Tymczasem taksówkarz, obok celnika, policjanta, czy recepcjonisty jest dla turysty często osobą pierwszego kontaktu, a wrażenia negatywne wówczas odniesione przekreślają pożądany efekt zadowolenia z pobytu.

Równie istotną gamę problemów widzimy w konieczności szybkiego wdrażania prawa wspólnotowego odnoszącego się do dziedziny targów i wystaw. Mają tu zastosowanie ogólne przepisy prawa, zwłaszcza traktatowe o wolności przepływu towarów, usług i wolności przedsiębiorczości. Niedawno, wobec trudności jakie rodzi ta niejasna sytuacja, Komisja Europejska (dnia 8 maja 1998r.) opublikowała komunikat interpretacyjny dotyczący stosowania reguł jednolitego rynku do sektora targów i wystaw (Official Journal of the European Communities, C 143). Wspomniany dokument zawiera wykładnię przepisów wspólnotowych pomocną w praktyce zarówno państw członkowskich, jak i podmiotów gospodarczych organizujących targi i wystawy oraz w nich uczestniczących. Część obowiązków związanych z ich wdrażaniem będzie udziałem władz krajowych i regionalnych, część zaś władz lokalnych. Z obszernej w tym zakresie problematyki wspomnimy tu o postulacie, by organizacja targów i wystaw mogła odbywać się w przyjaznym środowisku prawnym. Zalecenie to odnieść należy zresztą do wszystkich sfer życia gospodarczego w kraju. Wydaje się, że nowe podstawy prawa turystycznego oraz ustawa prawo działalności gospodarczej, czy ustawa o krajowym rejestrze sądowym w sposób zasadniczy zracjonalizują zasady życia gospodarczego kraju, przyczyniając się do pożądanego przyjaznego klimatu prawnego. Pewne wątpliwości rodzić natomiast będzie ciągły brak stabilności systemu prawa podatkowego. Szczególna rola przypadnie też polskiemu ustawodawcy w zakresie harmonizacji prawa polskiego z unijnym w sferze ochrony praw konsumenta, a także na rzecz usprawniania pracy polskich sądów i egzekucji wyroków - również w sprawach o charakterze gospodarczym. Uważamy wreszcie, iż wszelkie nowe projekty prawa

miejscowego, wynikające z urzeczywistniania zadań własnych gminy winny być konsultowane w środowisku gospodarczym pod kątem ochrony interesów zainteresowanych dziedzin gospodarki, w tym przemysłu turystycznego, targowego i ich najbliższego otoczenia, tj gastronomii i szeroko pojętej sfery usług.

5.4. UWARUNKOWANIA SPOŁECZNE

Uwarunkowania społeczne, podobnie jak przyrodnicze, ekonomiczne, kulturowe, prawne mogą sprzyjać gospodarce turystycznej lub hamować jej rozwój.

Przez uwarunkowania społeczne turystyki należy rozumieć odpowiednio ukształtowane zachowania między turystami a członkami społeczności miasta, instytucjami znajdującymi się na jego terenie, kadrami tych instytucji, władzą lokalną oraz innymi zbiorowościami, którym zależy lub nie zależy na rozwoju ruchu turystycznego. Stosunki te z jednej strony wyznaczone są organizacyjno-prawnie, są formalnie unormowane i usankcjonowane, a z drugiej strony, posiadają charakter stosunków nieformalnych, nie uregulowanych żadnymi przepisami.

Zachowania te wyrażają się:

- w tolerancji bądź nietolerancji mieszkańców miasta wobec turystów, przybyszów z zewnątrz,
- w przyjmowaniu przez społeczność lokalną obowiązku gościnności, zapewnienia bezpieczeństwa osobom przyjezdnym i przebywającym na jej terytorium;
- w kulturze obsługi turystów;
- w przejawach aktywności władz lokalnych w zakresie tworzenia infrastruktury sprzyjającej pobytowi przyjezdnych;
- w powstawaniu konfliktów społecznych między turystami a mieszkańcami miejscowości.

Uogólniając, rozwój turystyki powinien uwzględniać źródła wszystkich szans i zagrożeń miejscowości, środowiska lokalnego, nie tylko szans i zagrożeń przyrodniczych, ekonomicznych, kulturowych, ale i społecznych.

Lokalna społeczność, władze samorządowe powinny być świadome znaczenia zachowania swojego środowiska społecznego wobec turystów, zainteresowania się gospodarką turystyczną.

Rozwój turystyki w mieście powinien opierać się na wykorzystaniu mocnych, a eliminowaniu słabych stron podmiotów, instytucji zajmujących się turystyką i będących za nią odpowiedzialnymi. Jeżeli działalność jednych podmiotów turystycznych, instytucji zainteresowanych turystyką będzie dostrzegana i akceptowana przez mieszkańców i turystów, to istnieje realna szansa, że znajdą się inni do podejmowania inicjatyw turystycznych, że turyści będą powtórnie wracać. Natomiast w przypadku kiedy organizator turystyki w miejscowości nie spotka się z akceptacją i życzliwym podejściem władz lokalnych oraz społeczności miejscowej, to prawdopodobnie nie będzie miał naśladowców i rozwój gospodarki turystycznej zostanie zahamowany.

Tak więc turystyka, poza potencjałem rynkowym (nabywcami) i potencjałem usługowym (baza materialna, finansowa), jest tym rodzajem przedsięwzięcia zarobkowego, którego potencjał tkwi w społecznym wysiłku i inicjatywie lokalnej oraz zależy od właściwie przygotowanych kadr zajmujących się tą działalnością.

Stąd też sprawy zagadnień kadrowych nabierają ogromnego znaczenia. Liczba kadr turystycznych, ich jakość i poziom kwalifikacji wpływają na efekty ekonomiczne przedsiębiorstw turystycznych, na prawidłowość eksploatacji infrastruktury

turystycznej i na zadowolenie osób korzystających z różnorakich form wypoczynku. Kadrę usług turystycznych stanowią stali pracownicy zatrudnieni w prywatnych, spółdzielczych i państwowych przedsiębiorstwach oraz członkowie organizacji turystyczno-rekreacyjnych (przewodnicy, piloci wycieczek, tłumacze, organizatorzy turystyki, pracownicy hoteli), którzy swoją działalność traktują jako pracę zarobkową.

Wymogi stawiane pracownikom turystyki są wysokie. Oprócz odpowiedniego przygotowania zawodowego, znajomości języków obcych, osoby pracujące w turystyce muszą wyróżniać się zdolnościami organizatorskimi, przywódczymi, negocjacyjnymi, odpowiednią prezencją. W chwili obecnej kadra turystyczna Poznania posiada różne kwalifikacje zawodowe, różny staż pracy w obsłudze ruchu turystycznego oraz różne uprawnienia turystyczne. Przygotowana jest na dobrym poziomie. Jej właściwy rozwój ilościowy i jakościowy zapewniają w Poznaniu trzy szkoły wyższe kształcące kadry o profilu turystycznym oraz kilkanaście szkół średnich i policealnych. Planowany rozwój bazy materialnej turystyki i zakładany wzrost ruchu turystycznego w Poznaniu niosą ze sobą potrzebę nie tylko ilościowego powiększenia kadr, ale przede wszystkim rozwoju jakościowego kształcenia na poziomie studiów podyplomowych.

Konieczne jest prowadzenie systematycznego szkolenia i dokształcania, nie tylko obecnej, stałej kadry turystycznej ale również zatrudnianej sezonowo.

Największe potrzeby w odniesieniu do kadry turystycznej z wyższym i średnim wykształceniem, występują obecnie w specjalnościach:

- obsługa i programowanie ruchu turystycznego,
- ekonomika turystyki,
- zarządzanie i marketing w turystyce,
- hotelarstwo.

Dobrze przygotowana zawodowo kadra turystyczna oraz nastawione paraturystycznie inne osoby pracujące na rzecz turystyki w swoich działaniach powinny uwzględniać tradycje lokalne, funkcjonujące autorytety osobowe, powinny budzić nadzieję mieszkańców i władz Poznania na osiągnięcie wymiernych korzyści z gospodarki turystycznej. Mieszkańcy muszą zrozumieć, co mogą zyskać, a co mogą stracić w wyniku rozwoju działalności turystycznej w mieście. Władza lokalna, przedsiębiorcy turystyczni powinni wiedzieć, jakie należy spełniać warunki, aby mieć szansę uczestniczenia w realizacji programu rozwoju turystyki.

W związku z powyższym zachodzi potrzeba kształtowania nowej świadomości społecznej, postaw na rzecz turystyki, zmiany dotychczasowych stereotypowych nawyków i zachowań wobec turystów, potrzeba kształtowania pozytywnych zachowań międzyludzkich w kierunku zapewnienia turystom miłej i przyjaznej atmosfery oraz gościnności . Turyści lubią powracać. Powrócą do miejscowości, gdzie zostali ciepło przyjęci i byli mile traktowani.

Istotnym przeto elementem społecznych uwarunkowań turystyki jest właściwa ludzka gościnność mieszkańców danej miejscowości. T.D. Potts, w pracy „Odkryj swoje miasto. Proces rozwoju turystyki", pisze: „wasza miejscowość może być otoczona cudami natury i wspaniałymi atrakcjami, może dysponować usługami hotelowymi, gastronomicznymi, może pozwolić sobie na reklamę ogólnokrajową, lecz to wszystko nie zapewni rozkwitu turystyki, jeżeli przybywający do Was goście nie będą się czuli mile widziani. Abyście mogli odnieść sukces w dziedzinie turystyki i podróżowania cała społeczność musi emanować gościnnością i sympatią".

Zagadnienie gościnności mieszkańców Poznania oraz ich nastawienia do turystów poruszone zostało właśnie w przeprowadzonych badaniach empirycznych. Oceny swoje wyrazili sami mieszkańcy, turyści krajowi i zagraniczni.

Wśród badanych mieszkańców Poznania, 48,6% oceniło gościnność poznaniaków jako dobrą. Ocenę złą deklarowało 1,8% badanych, a bardzo złą tylko 0,5%.

Bardzo wysoko oceniona została też sympatia, nastawienie mieszkańców do turystów. Za przyjaznym nastawieniem wypowiedziało się 58,2% badanych, a za negatywnym 1,4%. Także turyści krajowi i zagraniczni wysoko ocenili gościnność mieszkańców Poznania wobec turystów.

Ocenę bardzo dobrą wyraziło 39,1% turystów zagranicznych i 16,7% krajowych. Dobrą opinię wyraziło 46,9% gości zagranicznych i 44,7% krajowych, a średnią - 12,5% zagranicznych i 30,1% krajowych. Natomiast za oceną złą wypowiedziało się 1,0% turystów zagranicznych i 5,8% krajowych, a za bardzo złą - 0,5% zagranicznych i 2,6% krajowych.

Na temat gościnności Poznania w stosunku do turystów wypowiadali się również przedstawiciele różnych firm.

Ocenę bardzo dobrą wyraziło 12,5% badanych, dobrą - 55,4%, średnią - 23,2%, złą - 5,4% i bardzo złą -3,6%.

Przedstawione wyniki wskazują, iż w przeważającej większości dominowała ocena dobra. Świadczy ona o dobrze rozwiniętej świadomości turystycznej mieszkańców Poznania. Świadomość turystyczna nie powstaje sama. Jest ona kształtowana przez procesy edukacji wsparte odpowiednimi lokalnymi działaniami promocyjnymi na rzecz turystyki. Działania te muszą być poparte pełnym zrozumieniem istoty i roli turystyki przez władze lokalne oraz idącym w tym kierunku zaangażowaniem i wsparciem. W tym przypadku chodzi o podejmowanie działań integrujących społeczność lokalną, wyzwalających jej aktywność i wolę współdziałania z władzami miejskimi na rzecz rozwoju gospodarki turystycznej. Oznacza to, że wdrożenie strategii rozwoju turystyki w Poznaniu wymaga porozumienia między podmiotami środowiska gospodarczego, społecznego i politycznego miasta, którego efektem musi być podział kompetencji ról, zadań oraz zobowiązanie się do realizacji konkretnych projektów.

Szczególna rola przypada tutaj władzom miasta w rozwiązywaniu nieuniknionych sprzeczności, w koordynacji działalności podmiotów w sposób korzystny dla całego systemu lokalnego. Jedynie za pomocą wspólnych działań i środków można spodziewać się wzrostu turystycznej konkurencyjności Poznania i rozwoju jego wizerunku.

5.5. MOCNE I SŁABE STRONY RYNKU TURYSTYCZNEGO POZNANIA, SZANSE I ZAGROŻENIA ROZWOJU.

Opracowując jakąkolwiek strategię rozwoju turystycznego regionu lub miejscowości należy rozpocząć od analizy otoczenia i poszukiwania szans, jakie to otoczenie stwarza oraz przewidywanie potencjalnych zagrożeń dla przyszłego rozwoju.

W naszych rozważaniach o szansach i zagrożeniach dla rozwoju poznańskiego rynku turystycznego wykorzystamy przede wszystkim analizę SWOT, opartą na wynikach specjalnych badań ankietowych pt. „Turystyka w Poznaniu" oraz na dostępnych informacjach o obecnym i przyszłym stanie turystyki w mieście.

Trzeba w tym miejscu zauważyć, iż generalnie rzecz biorąc analiza SWOT (z angielskiego: strengths, weaknesses, opportunities, thnats) jest procedurą zmierzającą do oceny zasobów firmy z punktu widzenia jej zdolności konkurencyjnej i osiągniętej pozycji rynkowej[68]. Stosowanie analizy SWOT przede wszystkim w odniesieniu do firm nie wyklucza możliwości jej adoptowania dla określenia strategii rozwoju konkretnego obszaru, w tym przypadku obszaru aglomeracji poznańskiej.

Jak zauważa wielu autorów celem analizy SWOT jest uzyskanie odpowiedzi na następujące pytania:

- jaka strategia na przyszłość wynika dla nas z obecnej sytuacji;
- jakie mamy szanse realizacji założonych celów;
- jaka jest nasza pozycja w stosunku do konkurentów;
- jak wykorzystać słabości konkurentów, a jak przeciwstawić się ich ekspansji;
- co należy usprawnić i zmienić dla uzyskania zamierzonych celów[69].

W przypadku strategii rozwoju rynku turystycznego w Poznaniu poszukiwane są odpowiedzi na podobne pytania, a zatem zastosowanie analizy SWOT wydaje się w tym przypadku uzasadnione.

Z przeprowadzonych badań ankietowych pt. „Turystyka w Poznaniu" wynika, że aglomeracja poznańska posiada wiele mocnych, ale także słabych stron dla przyjeżdżających turystów krajowych i zagranicznych, które mogą stać się szansami lub zagrożeniami dla rozwoju rynku turystycznego.

Spośród licznych mocnych i słabych stron rynku turystycznego, wybrano po dziesięć z każdej grupy i oceniono je w skali od 0 do 5 punktów. Podobnie przeanalizowano szanse i zagrożenia (czynniki zewnętrzne) rozwoju rynku turystycznego w Poznaniu.

Z przeprowadzonej analizy wynika, że aglomeracja poznańska ma więcej atutów, niż słabych stron w sferze turystyki (saldo + 3). Także przed poznańskim rynkiem turystycznym rysuje się więcej szans, niż zagrożeń (saldo: + 7) -por. tabela nr 40.

Wśród najważniejszych atutów Poznania wszyscy ankietowani, a także przedstawiciele władz samorządowych wymieniali przede wszystkim posiadane przez miasto walory turystyczne oraz fakt funkcjonowania na jego terenie Międzynarodowych Targów Poznańskich. Również tranzytowy charakter miasta i dobrze przygotowane kadry gospodarki turystycznej są niewątpliwie mocnymi atutami Poznania.

Podstawową słabością poznańskiej aglomeracji są nierozwiązane do tej pory problemy komunikacyjne miasta, w szczególności zły stan dróg miejskich i dojazdowych, niezbyt dobre oznakowanie miasta i niedostateczna sieć parkingów miejskich.

---

[68] Por. *Podstawy marketingu* (pod red. H.Mruka), Akademia Ekonomiczna, Poznań 1999, s.87.

[69] Por. G.Gołembski: *Przedsiębiorstwo turystyczne w gospodarce wolnorynkowej*. Akademia Ekonomiczna, Poznań 1997, s.164-165.

Tabela nr 40

Analiza SWOT dla poznańskiego rynku turystycznego

Lp	Mocne strony	Ocena punkto-wa	Słabe strony	Ocena punkto-wa
	ATUTY		**SŁABOŚCI**	
1	Atrakcyjne walory turystyczne, rekreacyjne, kulturowe i historyczne	+ 5	Niedostateczna infrastruktura komunikacyjna miasta, fatalny stan dróg, oznakowania miasta	- 5
2	Funkcjonowanie na terenie miasta MTP	+ 5	Niedostateczna sieć parkingów w mieście	- 4
3	Tranzytowy charakter miasta	+ 4	Mała ilość połączeń lotniczych Poznania z ośrodkami zagranicznymi i krajowymi	- 4
4	Wyspecjalizowana kadra pracowników sektora turystyki	+ 4	Niedostateczna promocja turystyczna Poznania	- 3
5	Dobrze rozwinięta baza gastronomiczna	+ 3	Niedostateczna baza noclegowa, głównie małych hoteli i pensjonatów	- 2
6	Akademicki i przemysłowo-handlowy charakter miasta	+ 3	Brak pełnego bezpieczeństwa turystów w mieście	- 3
7	Strefa podmiejska Poznania - duża ilość akwenów wodnych i terenów zielonych	+ 2	Brak w mieście typowego centrum kongresowego	- 3
8	Dobre połączenia kolejowe aglomeracji z ośrodkami krajowymi i międzynarodowymi	+ 2	Niezbyt rozwinięta infrastruktura sportowo-rekreacyjna	- 1
9	Pozytywny stosunek władz miejskich do rozwoju turystyki w mieście	+ 2	Wysokie koszty pobytu turystów w mieście, w porównaniu z innymi miastami w Polsce	- 1
10	Życzliwy stosunek mieszkańców miasta do turystów	+ 1	Brak nowoczesnej sieci informacji turystycznej w mieście	- 1
		+ 31		**- 28**
	SZANSE		**ZAGROŻENIA**	
1	Bliskie sąsiedztwo Niemiec, zwłaszcza aglomeracji Berlina, dla której Poznań może stać się zapleczem rekreacyjnym	+ 5	Niedostateczne środki finansowe na rozbudowę i modernizację infrastruktury komunalnej, zwłaszcza sieci komunikacyjnej	- 5
2	Budowa autostrady i obwodnic wokół Poznania	+ 5	Konkurencja innych dużych miast polskich jako centrów turystycznych	- 3
3	Rozwój MTP - rozwój terenów targowych	+ 5	Sprowadzenie roli lotniska Ławica do funkcji lotniska lokalnego	- 3
4	Dynamiczny rozwój społeczno-gospodarczy i kulturalny aglomeracji	+ 4	Rozwój imprez targowych w Warszawie i innych dużych miastach w Polsce	- 3
5	Napływ kapitałów zagranicznych do sektora turystyki	+ 3	Niestabilna polityka podatkowa w Polsce	- 3
6	Program rozwoju lotniska Ławicy i budowa nowego lotniska - Krzesiny	+ 3	Niedostosowane normy prawne do standardów EC	- 2
7	Nowe atrakcje turystyczne miasta np.Palatium Mieszka I	+ 3	Brak strategii rozwoju turystyki w całym woj.wielkopolskim	- 2
8	Strategia rozwoju aglomeracji, uwzględniająca rozwój turystyki	+ 3	Niedostateczne środki finansowe na systematyczną promocję turystyczną miasta	- 2
9	Niski poziom bezrobocia w porównaniu z innymi miastami w Polsce	+ 2	Pogarszający się stan bezpieczeństwa w mieście	- 2
10	Rozwój szybkiej komunikacji publicznej w mieście	+ 2	Postępująca degradacja walorów turystycznych, zwłaszcza przyrodniczych	- 2
		+ 35		**- 27**

Źródło: opracowanie S.Bosiackiego na podstawie ankiety „Turystyka w Poznaniu" i wywiadów z przedstawicielami samorządu terytorialnego.

Również niepełne wykorzystanie możliwości przewozowych lotniska Ławica i brak jednoznacznych decyzji władz centralnych, co do dalszego rozwoju portu lotniczego w Poznaniu, zdaniem wszystkich zainteresowanych staje się poważnym mankamentem dla dalszego rozwoju turystyki w Poznaniu. Sprowadzenie lotniska na Ławicy do roli lokalnego portu i utrzymanie monopolistycznej pozycji portu lotniczego Okęcie w Warszawie może wyraźnie wpłynąć na mniejsze zainteresowanie aglomeracja poznańska ze strony turystów zagranicznych (zwłaszcza z Niemiec i państw skandynawskich).

A przecież Poznań z racji swego położenia wydaje się być predysponowany do obsługi nie tylko ruchu tranzytowego, ale także rosnących potrzeb turystyczno-rekreacyjnych mieszkańców Berlina. Rozbudowa portu lotniczego lub budowa nowego lotniska cywilnego w Krzesinach, szybka budowa autostrady do granicy zachodniej, rozszerzenie terenów targowych i co z tym się wiąże zwiększenie liczby wystawców i gości przybywających na targi do Poznania, to niewątpliwie szanse dla rozwoju turystyki w Poznaniu.

Jednocześnie jednak rysują się poważne zagrożenia dla utrzymania i rozwoju funkcji turystycznej przez aglomerację poznańską. Brak dostatecznych środków finansowych na rozbudowę i modernizację infrastruktury komunikacyjnej, coraz poważniejsza konkurencja imprez targowych w Warszawie, Katowicach i w Gdańsku, czy wreszcie konkurencyjność turystyczna takich miast jak: Kraków, Wrocław, Szczecin, Toruń to podstawowe zagrożenia dla poznańskiego rynku turystycznego.

Z przytoczonych w tabeli nr 1 wartości atutów, słabości oraz szans i zagrożeń dla rozwoju wynika, że Poznań jest ośrodkiem miejskim, w którym warto rozwijać sektor turystyki (saldo globalne: + 11), ale nie będzie on dla miasta wiodącą dziedziną gospodarki.

Potwierdzają tę tezę wyniki badań ankietowych przeprowadzonych wśród mieszkańców Poznania oraz przedstawicieli branży turystycznej, a dotyczące roli turystyki w rozwoju aglomeracji poznańskiej - por. tabela nr 40.

Zdaniem zdecydowanej większości ankietowanych mieszkańców Poznania oraz przedstawicieli branży turystycznej, turystyka będzie dla aglomeracji poznańskiej istotnym elementem jej dalszego rozwoju.

Blisko 55% ankietowanych mieszkańców miasta i blisko 54% przedstawicieli sektora turystyki w mieście ocenia, że już dzisiaj uznać można Poznań za znaczące centrum turystyczne na krajowym i międzynarodowym rynku. Zdaniem zdecydowanej większości mieszkańców miasta jest ono przyjazne dla odwiedzających je turystów krajowych i zagranicznych (75,6% odpowiedzi). Taką opinię wyraziło również blisko 65% przedstawicieli firm i instytucji turystycznych działających w Poznaniu.

Można zatem powiedzieć, że Poznań jest centrum turystycznym o skali ponadregionalnej, przyjaznym dla turystów.

Reasumując można powiedzieć, że posiadane przez Poznań atuty oraz rysujące się dla miasta szanse rozwojowe, upoważniają do jednoznacznego stwierdzenia o znaczącej roli turystyki w strategii rozwoju aglomeracji.

Tabela nr 41

Opinie mieszkańców Poznania oraz przedstawicieli branży turystycznej o roli turystyki w rozwoju miasta

Lp	Miejsce turystyki w obecnym i przyszłym rozwoju Poznania	Odpowiedzi (w %) :	
		mieszkańców Poznania	przedstawicieli branży turystycznej w Poznaniu
1	Jest i będzie istotnym elementem rozwoju gospodarczego miasta	78,6	89,3
2	Jest uciążliwością dla mieszkańców Poznania	5,9	1,8
3	Nie ma i nie będzie miało większego znaczenia dla rozwoju miasta	7,7	5,4
4	Trudno ocenić	7,7	3,6

Źródło: opracowano na podstawie ankiety „Turystyka w Poznaniu".

Zdaniem ekspertów, Poznań spełnia wszystkie kryteria wejścia do gry o rangę metropolii o znaczeniu europejskim, pod warunkiem realizacji tzw. programu minimum, wedle którego należałoby w szczególności:

- wprowadzić miasto w system komunikacyjny Europy (lokalizacje węzła autostradowego);
- utworzyć w Poznaniu centrum logistyczne na skalę europejską, do czego predysponować będą warunki węzłowego położenia miasta;
- rozwijać, do standardów europejskich, usługi telekomunikacyjne szczególnie przydatne w sektorze usług, biznesie, gospodarce i nauce;
- wykreować miasto jako ośrodek postępu technicznego i innowacji;
- przyspieszyć likwidację barier w istniejącej infrastrukturze komunalnej miasta;
- podnosić potencjał intelektualny i edukacyjny poziom przedsiębiorców, otwartości i świadomości europejskiej społeczności miejskiej;
- podwyższać jakość środowiska przyrodniczego przez eliminowanie ukształtowanych dotychczas sytuacji ekologicznie konfliktowych i kształtowanie regionalnych struktur ekologicznych[70].

[70] Por. J.Kołodziejski: *Nowa rola Poznania w procesie przekształceń polskiej przestrzeni* [w] *Podstawy gospodarczej*..., op.cit, s.106.

Rozdział 6
PROGNOZA SYTUACJI NA RYNKU TURYSTYCZNYM MIASTA POZNANIA DO ROKU 2010

Z dotychczasowych rozważań wynika, że turystyka będzie w przyszłości ważnym elementem rozwoju aglomeracji poznańskiej. Relatywnie duża, w porównaniu z innymi miastami, atrakcyjność turystyczna Poznania przyczynia się do stałego wzrostu do tego miasta liczby przyjazdów o charakterze turystycznym, zarówno krajowych jak i zagranicznych. Skala ruchu turystycznego w Poznaniu i jego struktura będą podstawowymi czynnikami określającymi zakres funkcjonowania rynku turystycznego w Poznaniu.

6.1. PROGNOZA RUCHU TURYSTYCZNEGO, KRAJOWEGO I ZAGRANICZNEGO, W POZNANIU DO 2010 ROKU

Z przeprowadzonych wcześniej analiz wynika, że w latach 1998-1999 przyjeżdżało średniorocznie do Poznania w celach turystycznych około 650 tysięcy turystów krajowych i około 500-550 tysięcy turystów zagranicznych. Należy podkreślić, iż w najbliższych latach z uwagi na istniejące różnorodne bariery, nie należy spodziewać się dynamicznego wzrostu ruchu turystycznego w Poznaniu. Dlatego też analizując ruch turystyczny w rejestrowanej bazie noclegowej w Poznaniu w ostatnich 10-ciu latach oraz uwzględniając wyniki przeprowadzonych badań empirycznych na poznańskim rynku turystycznym przyjęto dla celów prognostycznych następujące założenia wyjściowe:

- do roku 2005 roczna stopa wzrostu liczby przyjazdów turystów zagranicznych do Poznania kształtować się będzie na poziomie 0,5% (wariant umiarkowany) lub 1% (wariant optymistyczny),
- dynamika przyrostu przyjazdów krajowych w latach 2000-2005 kształtować się będzie na poziomie 1% (wariant umiarkowany) lub 1,5% (wariant optymistyczny),
- po 2005 roku, dynamika przyjazdów turystów zagranicznych do Poznania będzie wyższa w stosunku do poprzednich lat i średniorocznie wyniesie 1% (wariant umiarkowany) lub 1,5% (wariant optymistyczny),
- przyjazdy turystów krajowych do Poznania po roku 2005 będą kształtować się na podobnym poziomie, co w latach poprzednich. Dynamika wzrostu w skali rocznej szacowana jest na 1,5% (wariant umiarkowany) lub 2%(wariant optymistyczny).

Biorąc powyższe założenia pod uwagę, szacowana wielkość krajowego i zagranicznego ruchu turystycznego do Poznania przedstawiona została w dwóch wariantach: umiarkowanym i optymistycznym (por tabela nr 42).

Z przeprowadzonych obliczeń wynika, że krajowy i zagraniczny ruch turystyczny w aglomeracji poznańskiej w latach 2000-2010 wzrośnie w wariancie umiarkowanym o około 11%, a w prognozie optymistycznej o ponad 17%, w stosunku do 1999 roku.

Zgodnie z wcześniej określonymi tendencjami na poznańskim rynku turystycznym dominować będą przyjazdy o charakterze wypoczynkowo-rodzinnym, turystyka tranzytowa i turystyka targowo-kongresowa.

Tabela nr 42

Wielkość i struktura przyjazdów turystów krajowych i zagranicznych do Poznania w latach 2000-2010

Rodzaj ruchu turystycznego	Prognoza przyjazdów turystów do Poznania (w tysiącach osób) w latach:			
	1999	2000	2005	2010
Turystyka przyjazdowa zagraniczna	500-550	505-556[A] 507-558[B]	530-586[A] 547-601[B]	569-631[A] 604-663[B]
Turystyka krajowa	650	653[A] 656[B]	668[A] 691[B]	703[A] 745[B]
Ogółem ruch turystyczny w Poznaniu w skali roku	1100-1200	1158-1209[A] 1163-1214[B]	1198-1254[A] 1238-1300[B]	1272-1334[A] 1349-1408[B]

A-prognoza umiarkowana
B-prognoza optymistyczna
Źródła: jak w tabeli nr 8.

Przy założeniu, iż w najbliższej przyszłości zostaną rozwiązane najpilniejsze problemy komunikacyjne miasta (budowa autostrady, sieci parkingów, rozbudowa lotniska itd.) przewidywać można, iż Poznań i jego okolice mogą stać się atrakcyjnym miejscem wypoczynku weekendowego dla dynamicznie rozwijającej się aglomeracji Berlina. Wielu ekspertów już dzisiaj podkreśla, że rozwój Berlina może stać się „szansą przyspieszenia rozwoju całej rozległej przestrzennie strefy pogranicza niemiecko - polskiej, przez aktywizującą siłę jego dyfuzji gospodarczej na Pomorze Zachodnie, Wielkopolskę i Śląsk"[71]. Właśnie rynek niemiecki oraz skandynawski to potencjalne obszary, z których rekrutować się będą w przeszłości turyści zagraniczni odwiedzający Poznań.

W turystyce krajowej dominować będą przyjazdy do Poznania mieszkańców sąsiednich województw oraz województwa wielkopolskiego i mazowieckiego. W tym ostatnim przypadku będą to przede wszystkim przyjazdy o charakterze biznesowym.

Trzeba w tym miejscu raz jeszcze wyraźnie podkreślić, iż prognozowana wielkość ruchu turystycznego w Poznaniu będzie zrealizowana w praktyce, o ile podjęte zostaną szybkie działania zmierzające do likwidacji słabych stron poznańskiego rynku turystycznego.

Bardzo istotnym problemem staje się kwestia rozbudowy lub ewentualnie budowy nowego lotniska cywilnego w Poznaniu. W 1998 roku polskie porty lotnicze przyjęły łącznie 1 mln 11 tysięcy cudzoziemców, z czego przez lotnisko Poznań - Ławica przybyło do naszego kraju jedynie 27,7 tysięcy cudzoziemców, co stanowi 2,7% ogólnej liczby cudzoziemców przybyłych do Polski transportem lotniczym[72]. Łącznie w 1998 roku skorzystało z usług poznańskiego portu lotniczego blisko 193 tysiące pasażerów, co lokuje lotnisko na Ławicy na czwartym miejscu w kraju (po Warszawie, Krakowie i Gdańsku).

Planowana do 2003 roku rozbudowa nowego portu lotniczego w Warszawie, do obsługi 6-7 mln pasażerów rocznie, przy jednoczesnych konkretnych planach rozbudowy lotnisk w Krakowie, Gdańsku, Wrocławiu, Katowicach i w Szczecinie może spowodować obniżenie rangi portu lotniczego w Poznaniu i spadek liczby przyjazdów turystycznych drogą lotniczą. Pamiętać trzeba również o tym, iż modernizowana trasa

---

[71]Por. J. Kołodziejski: *Nowa rola Poznania w procesie ...*, op. cit, s. 103.

[72] Por.: T. Dziedzic, K. Łopaciński: *Rynek lotniczy w Polsce - raport Instytutu Turystyki.* Agencja Promocji Turystyki MART, Warszawa 1999, s. 5-6.

kolejowa z Berlina do Poznania i dalej do Warszawy oraz stolic państw powstałych z dawnego ZSRR staje się już dzisiaj konkurencyjnym ośrodkiem transportu dla połączeń lotniczych z Europy Zachodniej, biorąc pod uwagę ceny biletów i szybkość połączeń .

Wielu turystów zagranicznych, którzy udają się do Polski wybiera najpierw przelot samolotem do Berlina, a stamtąd podróż koleją lub wypożyczonym samolotem do Polski. A zatem w najbliższym czasie konieczne są działania władz miejskich i regionalnych dla jednoznacznego określenia roli poznańskiego portu lotniczego na krajowym i międzynarodowym rynku przewozów lotniczych , a co się z tym wiąże podjęcie konkretnych rozmów i działań dla zwiększenia liczby połączeń Poznania z innymi miastami w kraju i w Europie, a także dla rozbudowy istniejącego lotniska, bądź budowy nowego portu lotniczego w Krzesinach.

6.2. RYNKI KONKURENCYJNE DLA RYNKU TURYSTYCZNEGO POZNANIA

Analizując obecną oraz przewidywaną sytuację na poznańskim rynku turystycznym można określić potencjalne, konkurencyjne rynki dla wskazanych wcześniej produktów turystycznych Poznania.

I tak, w turystyce biznesowej związanej z uczestnictwem w krajowych i międzynarodowych imprezach targowych szczególnie konkurencyjnymi wydają się być dla aglomeracji poznańskiej dwa metropolitalne ośrodki: Berlin i Warszawa.

Systematyczny i dynamiczny rozwój imprez targowych organizowanych w Berlinie, a także bardzo ekspansywna polityka władz Warszawy w zakresie rozwoju imprez targowych w tym mieście, mogą w niedalekiej przyszłości przyczynić się do stopniowego wypierania imprez organizowanych przez MTP z krajowego i międzynarodowego rynku wystawienniczego.

Działania podejmowane przez Zarząd Międzynarodowych Targów Poznańskich w zakresie unowocześniania infrastruktury targowej, jak też komplementarne działania władz miejskich i wojewódzkich w sferze infrastruktury towarzyszącej, pozwalają nadal utrzymać wiodącą rolę Poznania jako miasta targowego w naszym kraju. Ale coraz częściej poznańskie imprezy targowe znajdują poważnych konkurentów w kraju np. TOUR SALON w ostatnich latach w opinii przedstawicieli firm turystycznych ma mniejszą rangę od targów turystycznych organizowanych w Warszawie.

Zagrożeniami dla poznańskich imprez targowych są także różnego rodzaju targi regionalne odbywające się w dużych miastach Polski, np. w Gdańsku, Łodzi, Katowicach czy w Krakowie.

Znakomita marka Międzynarodowych Targów Poznańskich w kraju i w świecie, coraz nowocześniejsza baza wystawiennicza i profesjonalna organizacja poszczególnych imprez targowych to niepodważalne atuty Poznania jako centrum targowego. Ale dla zwiększenia liczby przyjazdów turystów krajowych i zagranicznych na imprezy targowe w Poznaniu konieczne jest rozszerzenie obszaru MTP o nowe tereny np. tereny Starego Ogrodu Zoologicznego, tereny powojskowe przy ul. Ułańskiej i Wojskowej. Warto również rozważyć ponownie koncepcję zagospodarowania dla potrzeb MTP terenów podmiejskich np. w Strzeszynie czy ewentualnie w Krzesinach, które byłyby połączone ze starą infrastrukturą targową specjalnymi liniami komunikacyjnymi (np. autobusowymi i kolejowymi).

Oprócz przyjazdów turystycznych na targi do Poznania w segmencie turystyki biznesowej ważne znaczenie mają przyjazdy w celach konferencyjnych i

kongresowych. Poznań jako znaczący w kraju i w Europie ośrodek akademicki, a także centrum handlu, będzie także w przyszłości celem tego typu przyjazdów.
Ale niedostateczna baza obiektów kongresowych w mieście, spełniających najwyższe wymogi międzynarodowego rynku, może w przyszłości spowodować przeniesienie tego typu imprez do innych polskich miast, głównie zaś do Warszawy, Wrocławia, Krakowa oraz Szczecina i Gdańska. Wśród ośrodków miejskich zaliczanych do światowych centrów kongresowo-konferencyjnych nie ma co prawda żadnego polskiego miasta, ale właśnie przed aglomeracją poznańską (poza Warszawą i Krakowem) rysuje się niepowtarzalna szansa uzyskania takiego statusu[73]. Oprócz rozbudowy infrastruktury technicznej dla tej formy turystyki konieczne byłoby powołanie w Poznaniu wyspecjalizowanego biura obsługi kongresów, które koordynowałoby wszelkie działania w tym segmencie poznańskiego rynku turystycznego.

Rynkami konkurencyjnymi dla Poznania w zakresie turystyki wypoczynkowej, zwłaszcza zaś dla przyjazdów weekendowych, mogą w najbliższej przyszłości stać się takie miasta, jak: Szczecin, Wrocław czy Toruń, które również posiadają znaczące walory historyczno - kulturowe oraz przyrodnicze motywujące turystów do przyjazdów.
Aglomeracja poznańska w porównaniu do w/w miast ma szczególnie dogodne warunki do rozwoju, w ramach turystyki weekendowej, tzw. aktywnych form wypoczynku, co wiąże się z istniejącą w mieście bazą sportowo - rekreacyjną (głównie nad j. Malta i nad podmiejskimi jeziorami) oraz bardzo atrakcyjnymi terenami podmiejskimi.

W Poznaniu i okolicach istnieją bardzo dobre warunki dla rozwoju turystyki wodnej (żeglarstwo, kajakarstwo i wioślarstwo), turystyki jeździeckiej i rowerowej. Warto byłoby również pomyśleć o wykorzystaniu istniejących odwiertów wód termalnych w Poznaniu i jego okolicach, w szczególności zaś konieczne staje się zagospodarowanie wód termalnych zlokalizowanych w okolicach jeziora Maltańskiego. Wzorem innych miast europejskich powinien w tym miejscu powstać tzw. park wodny, który przez okres całego roku obsługiwałby nie tylko mieszkańców miasta, ale również turystów odwiedzających Poznań.
Dla zapewnienia Poznaniowi konkurencyjności na krajowym rynku turystycznym niezbędna jest także modernizacja istniejącej bazy noclegowej, w szczególności zaś budowa przy poszczególnych obiektach urządzeń sportowo - rekreacyjnych, umożliwiających gościom atrakcyjne spędzanie czasu wolnego. Zakłady hotelarskie bez tego rodzaju urządzeń nie maja większych szans na współczesnym konkurencyjnym rynku turystycznym.

Konieczne jest sportowo-rekreacyjne zagospodarowanie terenów zlokalizowanych w obrębie ulic: Droga Dębińska - Królowej Jadwigi - Dolna Wilda - Hetamańska; w szczególności zaś zdewastowanego stadionu KS Warta przy ul. Dolna Wilda, który w stosunkowo szybkim czasie mógłby stać się nowoczesnym centrum sportowo-rekreacyjnym (przy wsparciu finansowym ze strony inwestorów zagranicznych). Obiekt taki byłby bardzo celowy z uwagi na bliskość hotelu „Poznań" i powstającego centrum biznesowo-kongresowego.

---

[73] Wg danych statystycznych w latach 1989 - 1994 do największych centrów kongresowych w świecie, zaliczały się następujące miasta: Paryż (2128 kongresów), Londyn (1354 kongresy), Wiedeń (1054 kongresy) Bruksela (1053 kongresy) i Berlin (887 zorganizowanych kongresów) - por. B. Hołderna-Mielcarek: *Determinanty rozwoju kongresowych form ruchu turystycznego*. Problemy Turystyki, nr 1-2, 1998, s. 45.

Poważnym konkurentem dla Poznania może okazać się w przyszłości w segmencie turystyki poznawczej inne wielkopolskie miasto, Gniezno. Ostatnie odkrycia archeologiczne na poznańskim Ostrowiu Tumskim stały się sensacją nie tylko naukową, ale także turystyczną, która zapewne przyciągnie do Poznania liczne grupy turystów krajowych i zagranicznych.

Spór o pierwszą siedzibę państwa polskiego zrodził niepotrzebne antagonizmy między Poznaniem i Gnieznem w tej sprawie. Wydaje się celowe, aby ta konfliktowa sytuacja została zlikwidowana dla dobra obu miast, które współpracując ze sobą na rynku turystycznym mogą osiągnąć zaplanowane cele.

Zdecydowanie najmniejsza konkurencja zagraża Poznaniowi ze strony innych miast w sferze turystyki tranzytowej. Z racji swego obecnego położenia komunikacyjnego, jak również w kontekście planowanej budowy w okolicach miasta autostrady A-2, trudno upatrywać konkurencyjnych ośrodków dla Poznania. Jedynym znaczącym konkurentem dla Poznania może okazać się Gorzów Wielkopolski, wyrastający na silne centrum gospodarcze i ośrodek tranzytowy w strefie przygranicznej.

Gdyby dokonano zmiany przebiegu autostrady A-3, łączącej Szczecin z Wrocławiem, aglomeracja poznańska zyskałaby status ośrodka tranzytowego o znaczeniu europejskim. Oczywiście głównym ośrodkiem obsługi turystycznego ruchu tranzytowego o randze międzynarodowej będzie Berlin, ale także Poznań może stać się znaczącym ośrodkiem tranzytowym dla krajowych i zagranicznych turystów.

Z dotychczasowych rozważań wynika, że turystyczna funkcja Poznania może być w przyszłości dynamicznie rozwijana, o ile będzie ona skutecznie realizowana w praktycznym działaniu władz samorządowych oraz instytucji i firm działających na rynku turystycznym Poznania. Rzecz w tym, aby w rozwoju tego rynku uwzględniane były te mocne jego strony, których nie posiadają omówione powyżej rynki konkurencyjne.

6.3. MOŻLIWOŚCI LIKWIDACJI SŁABYCH STRON RYNKU TURYSTYCZNEGO M.POZNANIA

Poza wieloma atrakcjami turystycznymi oferowanymi przez stolicę Wielkopolski, miasto boryka się z wieloma problemami, które wymagają pilnego rozwiązania przez władze miejskie i wojewódzkie.

Słabym punktem Poznania jest infrastruktura związana z obsługą ruchu turystycznego w mieście, a w szczególności zbyt niski standard obiektów noclegowo-gastronomicznych i sportowo-rekreacyjnych. Bolączkami miasta są informacja turystyczna w Poznaniu, czystość miasta i bezpieczeństwo. Kluczowym problemem miasta są korki, spowodowane zbyt dużą liczbą samochodów w Poznaniu, a które nasilają się w czasie targów.

Dużym niedociągnięciem ze strony władz miasta jest - mimo licznych remontów przeprowadzonych w ostatnim czasie - zły stan dróg, brak parkingów o standardzie zbliżonym do europejskiego, oraz znikoma liczba ścieżek rowerowych.

Poznań, jako miasto targowe powinno oferować turystom usługi na bardzo wysokim poziomie. W tym m.in. dostrzega się szanse rozwoju miasta i możliwości pomnażania zysku, a niestety jest to słabość Poznania. Należy podkreślić, że nawet hotele najwyższej klasy w Poznaniu nie świadczą usług na poziomie dobrego hotelu europejskiego.

Brakuje przede wszystkim obiektów z pełnym zapleczem gastronomicznym i sportowo-rekreacyjnym (basen, fitness club itp.). Poznańska baza noclegowa jest

bogata, ale w czasie trwania MTP jest niewystarczająca - brakuje miejsc noclegowych i turyści muszą korzystać z obiektów niehotelowych i kwater prywatnych.

Baza sportowo-rekreacyjna Poznania jest dość znaczna, ale nadal niewystarczająca dla mieszkańców i turystów. Brakuje stadionów, boisk, pływalni, kortów tenisowych, klubów, świetlic i ścieżek zdrowia.

Liczba pływalni krytych w mieście jest zdecydowanie za mała. W Poznaniu istnieje duże zapotrzebowanie na pływalnie wysokiej klasy, z pełnym zapleczem rekreacyjnym i gastronomicznym, podobne do istniejącej w Lesznie.

Obiekty sportowo-rekreacyjne wymagają ciągłej modernizacji. Dlatego konieczne jest nieustanne zwiększanie atrakcyjności terenów rekreacyjno-wypoczynkowych poprzez właściwe ich zagospodarowanie.

Słaby punkt miasta stanowi komunikacja . Ogromny ruch samochodowy w mieście powoduje nie tylko uciążliwe korki, ale również przyczynia się do zwiększenia zanieczyszczenia środowiska i hałasu. Konieczne są przeto zmiany organizacji ruchu w centrum, wdrożenie systemu sterowania ruchem, budowa autostrady A2 oraz budowa sygnalizacji świetlnych, które oprócz poprawy bezpieczeństwa ruchu pieszych, minimalizują straty czasu w ruchu kołowym i umożliwiają koordynację ruchu pojazdów na wielu odcinkach ulic.

Bolączką Poznania jest brak miejsc do zaparkowania pojazdów. Konieczne jest w związku z tym podjęcie budowy wielopoziomowych parkingów o standardzie międzynarodowym, szczególnie w centrum miasta.

Niezbędna jest również rozbudowa bazy noclegowej w centrum Poznania i przy trasach wlotowych do miasta, a jednocześnie podwyższanie standardu istniejących hoteli poprzez rozbudowę zaplecza rekreacyjnego, czyli budowę basenów, sal gimnastycznych, kortów tenisowych, kręgielni, pola golfowego, tworzenie gabinetów odnowy biologicznej i rozszerzenie usług dodatkowych.

Wskazana jest dalsza rozbudowa terenów nad Maltą oraz bardziej nowoczesne zagospodarowanie terenów wokół jeziora Strzeszyńskiego, Kierskiego i Rusałki.

Tak więc Poznań wymaga jeszcze wielu inwestycji turystycznych. Stolica Wielkopolski powinna oferować turystom możliwie pełną gamę usług na bardzo wysokim poziomie, których w tym mieście niestety brakuje.

Stąd też konieczne jest zwiększenie możliwości dostępu do informacji, oraz prowadzenie działań marketingowych, w celu promowania walorów kulturowych, tradycji, rekreacyjno-sportowych Poznania i okolic. W tym m.in. należy dostrzegać szansy rozwoju miasta i możliwości pomnażania zysku.

Miasto powinno prowadzić stale aktywną działalność promocyjną poprzez udział w targach, wystawach i sympozjach. Szereg kampanii promocyjnych musi odbywać się na terenie Międzynarodowych Targów Poznańskich, gdzie odbywają się różnego rodzaju konferencje, sympozja, kongresy, wystawy i pokazy.

Promocja Poznania, jako atrakcyjnego ośrodka turystycznego, nie może być pominięta na takich imprezach targowych, wystawach, konferencjach, jak:

- Targi Inwestycyjne Miast Polskich „Inwestcity";
- Międzynarodowy Salon Turystyczny „Tour Salon" w Poznaniu oraz Międzynarodowa Giełda Turystyczna
- Międzynarodowe Targi Turystyczne „ITB" w Berlinie.

Konieczne jest stałe rozszerzanie i aktualizowanie edycji Multimedialnego Informatora Miejskiego (MIM) i promocji Poznania w sieci Internetu. Najpilniejsze w tym zakresie jest opracowanie i wdrożenie obcojęzycznych wersji informatora.

Działania promocyjne walorów turystycznych miasta muszą prowadzić Biuro Promocji Miasta, Wydział Kultury i Sztuki, Wydział Oświaty, Sportu i Rekreacji Urzędu Miasta, Biuro Informacji Technicznej - Międzynarodowe Targi Poznańskie Sp z oo, Wielkopolski Oddział Polskiej Agencji Promocji Turystycznej, Wielkopolska Izba Turystyczna, Centrum Informacji Turystycznej na Starym Rynku, Centrum Informacji Miejskiej. Promocja Poznania powinna odbywać się także poprzez publikowanie wydawnictw promocyjnych, filmów promocyjnych.

Rozdział 7
STRATEGIA PROMOCJI RYNKU TURYSTYCZNEGO MIASTA POZNANIA

W literaturze marketingowej promocja (od łacińskiego promorese - pobudzać, rozwijać) oznacza zespół środków za pomocą, których firma lub region komunikuje się z rynkiem, przekazuje informacje charakteryzujące produkt, kształtujące potrzeby nabywców oraz pobudzające i ukierunkowujące popyt. Mówiąc inaczej, działalność marketingowa wymaga nie tylko wytworzenia produktu i oferowania go w odpowiednim czasie i miejscu, ale także odpowiedniego zestawu narzędzi promocji, które w efekcie końcowym przesądzają o powodzeniu produktu na rynku i utrwalaniu pozytywnego wizerunku usługodawcy oferującego produkt lub produkty.

W przypadku rynku turystycznego Poznania działania promocyjne powinny zmierzać do upowszechniania, na krajowym i międzynarodowym rynku, produktów turystycznych Poznania oraz tworzenia pozytywnego wizerunku tych produktów oraz Poznania jako centrum turystycznego.

W strategii promocji wyróżnić trzeba następujące etapy jej tworzenia:

1. określenie docelowych grup nabywców (segmentów rynkowych);
2. określenie celów promocji (cele marketingowe);
3. ustalenie budżetu promocyjnego;
4. pomiar i ocena wyników działań promocyjnych, czyli tzw. monitorowanie.

7.1. SEGMENTY RYNKOWE DOCELOWE

Jak już wcześniej zaznaczono w niniejszym opracowaniu, na poznańskim rynku turystycznym wyróżnić można następujące docelowe segmenty rynkowe, czyli grupy konsumentów - turystów oraz form turystyki, które będą przedmiotem działań promocyjnych:

1. ***Segment turystyki biznesowej***, obejmujący przede wszystkim turystów zagranicznych przyjeżdżających do Poznania w celu uczestnictwa w imprezach targowych, a także w innych celach handlowych, oraz turystów krajowych odwiedzających Poznań w tychże celach.

Z przeprowadzonych badań wynika, że ta grupa nabywców oczekuje bardzo atrakcyjnej oferty ze strony firm turystycznych, w szczególności zaś wysokiego poziomu usług noclegowych, z możliwością wykonywania pracy zawodowej, aktywnego spędzenia czasu wolnego (urządzenia sportowo-rekreacyjne, imprezy kulturalne itp.).

2. ***Segment turystyki kongresowo-konferencyjnej*** obejmujący zarówno turystów krajowych, jak i zagranicznych. Ta grupa nabywców oczekuje kompleksowej obsługi podczas pobytu w danym mieście i to zarówno w zakresie pakietu tzw. usług turystycznych podstawowych (nocleg, wyżywienie, transport, informacja, organizacja kongresu), jak i w zakresie usług towarzyszących (rozrywki, sport i rekreacja itp.).

Budowa i uruchomienie w Poznaniu nowoczesnego centrum kongresowego o standarcie międzynarodowym w pobliżu istniejącego hotelu Poznań oraz rozbudowa istniejących już tego typu mniejszych obiektów w Poznaniu pozwoli na dynamiczny rozwój tego segmentu rynkowego. Silny ośrodek akademicki, a także ranga gospodarczo-administracyjna i kulturalna Poznania to przesłanki, które pozwalają

na optymistyczne postrzeganie miasta również jako znaczącego ośrodka kongresowo-konferencyjnego.

3. ***Segment turystyki tranzytowej*** jako jeden z wiodących, docelowych segmentów poznańskiego rynku turystycznego. Przyszłość tego segmentu rynkowego uwarunkowana jest szybką budową autostrady A-2, a także rozwiązaniem obecnych problemów komunikacyjnych miasta. Konieczne są ,także szybkie decyzje i działania dotyczące przyszłości poznańskiego portu lotniczego, co znakomicie wpłynęłoby na rozwój turystycznego ruchu tranzytowego w Poznaniu. Dla obsługi rosnącego ruchu tranzytowego niezbędny jest rozwój sieci małych i relatywnie tanich obiektów noclegowych, a także całej infrastruktury materialnej przy największych ciągach komunikacyjnych.
4. ***Segment turystyki wypoczynkowej***, głównie weekendowej, oparty na walorach turystycznych miasta, obejmuje przede wszystkim turystów krajowych, w mniejszym stopniu turystów zagranicznych. Coraz popularniejsze w świecie i także w Polsce aktywne spędzanie dni wolnych od pracy wymusza na organizatorach tej formy turystyki w Poznaniu nowoczesnego marketingowego podejścia do tworzonych ofert. Produktami najistotniejszymi dla w/w grupy turystów mogą być: poznańska Starówka, Ostrów Tumski, obiekty sportowo-rekreacyjne nad Jeziorem Maltańskim. Ten ostatni produkt winien być wzbogacony o nowe elementy np. zagospodarowane dla celów turystycznych odwierty wód termalnych, utworzenie na tym obszarze parku wodnego itp. Warto zaznaczyć, iż skuteczne działania promocyjne w tym segmencie rynku mogą przyczynić się do dynamicznego wzrostu przyjazdów turystów niemieckich (głównie z Berlina) w celach weekendowych do Poznania.
5. ***Segment turystyki kulturowej*** (krajoznawczej) obejmujący głównie turystów krajowych (w większości młodzież szkolną i akademicką), w mniejszym stopniu turystów zagranicznych. Bogata oferta turystyczna dla tej grupy nabywców wymaga również wzbogacenia np. o najnowsze odkrycia archeologiczne na Ostrowie Tumskim.

Rozważenia wymaga koncepcja utworzenia na poznańskiej Starówce tzw. centrum dziedzictwa kulturowego, czyli nowoczesnej placówki informacji turystycznej, umożliwiającej, przed wyruszeniem na zwiedzanie miasta, zapoznanie się z jego historią i osiągnięciami współczesnymi w formie medialnej (film, video, plansze, mapy), a także zakupienie niezbędnych folderów, przewodników lub pamiątek.

6. ***Segment turystyki aktywnej***, to zarówno turyści krajowi, jak i zagraniczni przybywający do Poznania w celach sportowo-rekreacyjnych. Trzeba w tym miejscu podkreślić, iż praktycznie rzecz biorąc ta grupa turystów odwiedzających Poznań wyłącznie w celach uczestnictwa w jednej z form rekreacji nie jest dzisiaj i nie będzie w przyszłości zbyt liczna, natomiast bardzo liczna będzie grupa turystów, którzy przebywają w mieście w innych celach turystycznych (np. biznes, kongres), a przy okazji pragną w atrakcyjny, aktywny sposób spędzić swój czas wolny.

Wymienione tzw. docelowe segmenty rynkowe nie wyczerpują wszystkich potencjalnych grup turystów, którzy będą w przyszłości odwiedzać Poznań, ale zdaniem zespołu autorskiego wydają się one najistotniejsze dla przyszłości rynku turystycznego w Poznaniu.

7.2. CELE MARKETINGOWE

Z analizy aktualnej sytuacji na poznańskim rynku turystycznym, a także z opracowanej prognozy na lata 2000-2010, wynikają określone cele marketingowe, których realizacja decydować będzie o skuteczności całej strategii promocji.

Do najważniejszych celów marketingowych na najbliższe lata zaliczyć można następujące:

1. **w zagranicznej turystyce przyjazdowej**:

- zwiększenie liczby przyjazdów turystów zagranicznych do Poznania do poziomu ca 660 tysięcy osób w 2010 roku;
- uczynienie z Poznania centrum turystyki kongresowej i konferencyjnej o randze międzynarodowej;
- tworzenie warunków dla rozwoju aktywnych form wypoczynku weekendowego dla turystów zagranicznych, głównie mieszkańców Niemiec;
- utrzymanie wiodącej roli Poznania jako centrum turystyki biznesowo-targowej;
- kształtowanie wizerunku Poznania na rynkach międzynarodowych jako miasta przyjaznego turystom, ponadregionalnego centrum turystycznego i ośrodka tranzytowego;
- stwarzanie dobrego klimatu dla inwestorów zagranicznych pragnących lokować kapitały na poznańskim rynku turystycznym;
- zwiększenie liczby połączeń lotniczych Poznania z innymi miastami europejskimi;
- skuteczne zachęcenie tzw. odwiedzających jednodniowych do dłuższego pobytu w Poznaniu i stopniowe „przekształcenie" tej grupy cudzoziemców w turystów zagranicznych przyjeżdżających do Poznania;
- upowszechnienie międzynarodowych standardów obsługi na poznańskim rynku turystycznym;
- doprowadzenie do właściwego oznakowania miasta dla turystów zagranicznych;
- przygotowanie nowoczesnych, obcojęzycznych materiałów promocyjnych o produktach turystycznych miasta.

2. **w turystyce krajowej**:

- zwiększenie rangi Poznania na krajowym rynku turystycznym, do roku 2010 liczba przyjazdów turystów krajowych do Poznania powinna zwiększyć się do poziomu 745 tysięcy osób;
- opracowanie materiałów promocyjnych dla poszczególnych produktów turystycznych, odnoszących się do docelowych segmentów rynkowych;
- stworzenie i promocja tzw. centrum dziedzictwa kulturowego w Poznaniu;
- rozbudowa urządzeń sportowo-rekreacyjnych w mieście, w szczególności w obiektach noclegowych;
- intensyfikacja działań w zakresie rozwoju miejskich i podmiejskich tras rowerowych;

3. **w sferze działań strategicznych na poznańskim rynku turystycznym**:

- opracowanie koncepcji i uruchomienie Wielkopolskiej lub Miejskiej Agencji Turystyki z siedzibą w Poznaniu (ewentualnie na bazie poznańskiego oddziału PAPT), koordynującej działania w turystyce w skali województwa wielkopolskiego i aglomeracji poznańskiej;
- uwzględnienie potrzeb turystów tranzytowych w opracowywanej polityce komunikacyjnej dla aglomeracji poznańskiej;

- rozwój sieci punktów informacji turystycznej w mieście, między innymi w znaczących obiektach noclegowych, porcie lotniczym i na dworcach kolejowych i autobusowych;
- opracowanie jednoznacznego, atrakcyjnego logo turystycznego miasta Poznania dla wszystkich materiałów promocyjnych oraz haseł reklamowych zamieszczanych na tych materiałach np. hasła: „zawsze jest coś do Poznania...";
- stworzenie na bazie Centrum Informacji Turystycznej na Starym Rynku nowoczesnego centrum dziedzictwa kulturowego w Poznaniu, wg standardów opracowanych przez ekspertów w ramach „Strategii rozwoju krajowego produktu turystycznego";
- systematyczne przekazywanie materiałów promocyjnych z zakresu turystyki tzw. miastom partnerskim, z którymi Poznań ma podpisane wieloletnie umowy o współpracy;
- uruchomienie centrum kongresowego w Poznaniu i jego promocja na krajowym i zagranicznym rynku turystycznym;
- systematyczne podwyższanie jakości oferowanych usług, między innymi poprzez zintensyfikowanie działań kategoryzacyjnych, przyznawanie licencji itp.

Zespół autorski zdaje sobie sprawę z różnorodnych ograniczeń, które mogą utrudniać szybką realizację w/w celów marketingowych w sektorze turystyki. Ale szybka realizacja choćby części spośród nich przyczyniłaby się znacząco do rozwoju poznańskiego rynku turystycznego, do nadania mu większej rangi w międzynarodowej wymianie turystycznej.

7.3. NAKŁADY FINANSOWE NA PROMOCJĘ TURYSTYCZNĄ POZNANIA DO ROKU 2010

Przy opracowywaniu budżetu działań promocyjnych na rynku turystycznym Poznania posłużono się danymi oszacowanymi przez Autora na bazie aktualnie obowiązujących cen na realizację niektórych działań promocyjnych.

W tej części wykorzystano także informacje uzyskane w poznańskim oddziale Polskiej Agencji Promocji Turystyki, a także informacje uzyskane w innych profesjonalnych firmach marketingowych obsługujących sektor turystyki.

Szczególną uwagę zwrócono na stronę niezbędnych wydatków promocyjnych na lata 2000-2010, określając poszczególne proponowane przedsięwzięcia promocyjne oraz środki finansowe na ich realizację.

Podstawowymi działaniami promocyjnymi w pierwszym okresie, czyli w latach 2000-2005 powinny być:

- opracowanie koncepcji i uruchomienie Wielkopolskiej lub Miejskiej Agencji Turystyki, która działałaby na zasadach komercyjnych jako spółka prawa handlowego z udziałami finansowymi: miasta Poznania oraz sąsiednich gmin i miast, firm i instytucji turystycznych, Wielkopolskiej Izby Turystycznej i innych podmiotów np. MTP, zainteresowanych rozwojem rynku turystycznego w Poznaniu i w Wielkopolsce,
- przygotowanie atrakcyjnego folderu, w kilku wersjach językowych, o atrakcjach turystycznych Poznania i okolic, z obowiązkiem jego aktualizacji co trzy lata,
- aktywne uczestnictwo przedstawicieli miasta w najważniejszych targach turystycznych (Berlin, Göeteborg, Poznań, Warszawa ewentualnie Londyn), w ramach stoiska Wielkopolski

- cykliczne wydawanie folderów - składanek o poszczególnych produktach turystycznych Poznania (w kilku wersjach językowych),
- opracowanie profesjonalnego filmu promocyjnego o Poznaniu jako centrum ruchu turystycznego,
- opracowanie i oznakowanie wg standardów europejskich turystycznej trasy: Szlak Piastowski, od granicy zachodniej do Poznania i dalej do Gniezna

opracowanie i uruchomienie nowoczesnej miejskiej sieci punktów informacji turystycznej, finansowanej z budżetu miasta i środków firm turystycznych działających w Poznaniu

W drugim analizowanym okresie, to jest w latach 2006-2010 działania promocyjne powinny koncentrować się na:

- oznakowaniu najważniejszych atrakcji turystycznych Poznania,
- przygotowaniu nowych materiałów promocyjnych o Poznaniu w postaci kaset - video, kaset - przewodników po mieście i okolicach itp.
- opracowaniu i wydaniu dla potrzeb turystów krajowych i zagranicznych specjalnego folderu o bazie noclegowej j gastronomicznej Poznania, wraz z rekomendacjami dla poszczególnych placówek
- systematycznym opracowywaniu drobnych materiałów promocyjnych, do bezpłatnego wydawania turystom odwiedzającym Poznań (w obiektach noclegowych, biurach podróży, punktach informacji turystycznej i w innych miejscach).

W całym analizowanym okresie wszelkie wydawnictwa promocyjne o Poznaniu powinny być przekazywane do touroperatorów obsługujących poznański rynek turystyczny, do działających w różnych krajach Polskich Ośrodków Informacji Turystycznej, czy wreszcie również do przedstawicieli miast partnerskich Poznania i działających w tych ośrodkach sektorów turystyki (firmy turystyczne, obiekty noclegowe, ośrodki informacji turystycznej itp.).

Konieczne jest również systematyczne zamieszczanie artykułów promujących Poznań jako centrum turystyczne w wydawnictwach krajowych i zagranicznych, w szczególności w krajach z których przybywa do Poznania najwięcej turystów.(Niemcy, Dania, Holandia, Francja, Belgia, Wielka Brytania, Włochy, Szwecja, Litwa, Łotwa, Białoruś).

Przytoczone w tabeli nr 43 nakłady finansowe na poszczególne przedsięwzięcia promocyjne są danymi szacunkowymi, ustalonymi na podstawie wywiadów z przedstawicielami branży turystycznej i profesjonalnych agencji marketingowych, które w znacznym stopniu będą zależne od poziomu inflacji w naszym kraju i tempa rozwoju ekonomicznego w najbliższych latach.

W propozycjach nie uwzględniono działań promocyjnych firm i instytucji działających na terenie Poznania, ponieważ cele marketingowe tych działań tylko w części zbieżne są z celami określonymi w niniejszym opracowaniu dla promocji całej aglomeracji poznańskiej. Warto w tym miejscu zaznaczyć, iż projekt utworzenia Wielkopolskiej lub Miejskiej Agencji Turystyki, jako spółki z udziałem różnych instytucji i podmiotów gospodarczych Poznania, w założeniach zakłada finansowanie tej agencji z dochodów z działalności komercyjnej oraz dobrowolnych wpłat ze strony uczestników w.w. przedsięwzięcia.

Tabela nr 43

Proponowane formy promocji Poznania oraz przewidywane na ten cel środki finansowe na lata 2000-2010

Proponowane działania promocyjne oraz przewidywane środki finansowe (w tys.zł) w roku:							
2000		**2001**		**2002**		**2003**	
Rodzaj wydatków promocyjnych	**Kwota**	**Rodzaj wydatków promocyjnych**	**Kwota**	**Rodzaj wydatków promocyjnych**	**Kwota**	**Rodzaj wydatków promocyjnych**	**Kwota**
- Opracowanie koncepcji i uruchomienie Wielkopolskiej lub Miejskiej Agencji Turystyki, a w jej strukturze: - Centrum Dziedzictwa Kulturowego -Wydanie folderu - składanki o Poznaniu jako kolebce państwa polskiego - Opracowanie i wydanie folderów – składanek o: - turystyce biznesowo-kongresowej w Poznaniu; - o możliwościach spędzania czasu wolnego w Poznaniu - atrakcjach Poznania dla turystyki tranzytowej (każdy folder w nakładzie 6 tys. w trzech wersjach językowych) - Uczestnictwo w targach turystycznych w ramach stoiska Wielkopolski podczas imprez: - ITB Berlin - Goeteborg - Tour-Salon - TT Warsaw - Opracowanie logo dla materiałów promocyjnych	wg kosztów faktycz-nych 45-60 15-20 5-7 7-8 5 5	- Przygotowanie folderu o poznańskim rynku turystycznym na międzynarodowe targi turystyczne w Berlinie, Londynie, Warszawie, Poznaniu (5 wersji językowych, łączny nakład 30 tys.) Aktualizowany co 3 lata - Uczestnictwo w wybranych targach turystycznych (tak jak w 2000 roku) - Opracowanie filmu promocyjnego nt. atrakcyjności turystycznej Poznania - Przeprowadzenie badań wśród turystów krajowych i zagranicznych	120-150 40-45 70-80 80	- Opracowanie i wydanie turystycznej mapy Poznania, w 5 wersjach językowych, nakład 35 tys. - Uczestnictwo w wybranych targach turystycznych	150 50-55	- Opracowanie i wydanie folderów - składanek nt. muzeów w Poznaniu i okolicach (3 wersje językowe, nakład 6 tys.) - Przygotowanie folderu nt. Poznań jako centrum turystycznego (5 wersji językowych, barwne fotografie, nakład 35 tys.) - Uczestnictwo w wybranych imprezach targowych - Przeprowadzenie badań ankietowych wśród turystów krajowych i zagranicznych	15 150-180 60-65 90
Razem:	82-105 + koszty utw. organizacji		310-355		200-205		315-350

Proponowane działania promocyjne oraz przewidywane środki finansowe (w tys.zł) w roku:					
2004		2005		2006-2100	
Rodzaj wydatków promocyjnych	**Kwota**	**Rodzaj wydatków promocyjnych**	**Kwota**	**Rodzaj wydatków promocyjnych**	**Kwota**
- Opracowanie i oznakowanie specjalnymi tablicami od granicy państwa Szlaku Piastowskiego, wspólnie z samorządami terytorialnymi miast i gmin zlokalizowanych przy w/w trasie. Koszt 1 tablicy - 4000 zł, 40 tablic na całej trasie - Uczestnictwo w wybranych targach turystycznych	160 65-70	- Opracowanie folderu - składanki w 3 wersjach językowych nt. możliwości spędzania weekendów w Poznaniu - nakład 10 tys. - Udział Poznania w międzynarodowych targach turystycznych (Berlin, Goeteberg, Poznań, Warszawa ew. Londyn) wraz ze specjalnym informatorem o Poznaniu - Opracowanie koncepcji miejskiej sieci informacji turystycznej - Opracowanie zestawu drobnych upominków z logo turystycznym Poznania - Opracowanie katalogu ofert turystycznych Poznania dla rynku berlińskiego (nakład 20 tys. egzemplarzy) - Przeprowadzenie powtarzalnych badań ankietowych wśród turystów krajowych i zagranicznych	20 70 30 60 100 90	- Obcojęzyczne oznakowanie najważniejszych atrakcji turystycznych Poznania - Przygotowanie minimum 5 folderów - składanek o atrakcjach turystycznych Poznania - Opracowanie i wprowadzenie na rynek kaset przewodników o najważniejszych walorach turystycznych miasta (w 5 wersjach językowych) - Przeprowadzenie w cyklu dwuletnim badań lokalnego rynku turystycznego - Zorganizowanie przez samorząd miejski raz na dwa lata specjalistycznych imprez studyjnych dla przedstawicieli mediów - Opracowanie wspólnie z Wielkopolską Izbą Turystyczną przewodnika po poznańskich hotelach i placówkach gastronomicznych (nakład 35 tys.egz. - aktualizacja co 2 lata) - Udział w międzynarodowych targach turystycznych (minimum w 4 imprezach) - Uruchomienie punktów miejskiej sieci informacji turystycznej	150 100 60 160 80 120 350 200
Razem:	225-230		370		1220

Na realizację niektórych działań promocyjnych należałoby szukać także środków finansowych w programach międzynarodowych uruchamianych przez Wspólnotę Europejską np. w programie PHARE.
Zdawać sobie trzeba sprawę, że proponowane dla poszczególnych lat działania promocyjne z punktu widzenia finansowego będą znaczącym obciążeniem dla budżetu miasta. Ale przeznaczanie przez władze Poznania znaczących środków budżetowych na promocję turystyczną miasta wydaje się celowe, gdyż właśnie w dłuższej perspektywie czasowej pozwoli to na dynamiczny rozwój rynku turystycznego, a w konsekwencji wzrost przychodów budżetowych z sektora turystyki.

7.4. MONITOROWANIE

Opracowana strategia rozwoju rynku turystycznego Poznania powinna stać się podstawą do konkretnych działań ze strony Urzędu Miejskiego w Poznaniu oraz całej branży turystycznej zainteresowanej rozwojem turystyki w mieście. Szczególna rola przypaść powinna postulowanej Agencji Turystyki, która byłaby odpowiedzialna za skuteczną promocję miasta i regionu na międzynarodowym i krajowym rynku turystycznym, a także za koordynację obecnie rozproszonych działań marketingowych firm i instytucji działających na lokalnym rynku turystycznym.

Istotnym elementem monitoringu działań promocyjnych powinny być określone badania i analizy rynku turystycznego Poznania, realizowane przez wyspecjalizowane ośrodki badawcze lub agencje marketingowe. Proponuje się realizację tego typu badań co dwa lata.
Ważnym elementem systemu monitorowania opracowanej strategii rozwoju rynku poznańskiego mogą stać się turystyczne imprezy targowe, krajowe i zagraniczne, podczas których dokonywana jest praktyczna weryfikacja poszczególnych produktów turystycznych Poznania, a także oceniana skuteczność zrealizowanych działań promocyjnych.

Warto również wykorzystać opinie samorządu gospodarczego działającego w sferze turystyki, czyli WIT, terenowych agend Zrzeszenia Polskich Hoteli itd., które mogą w istotny sposób wpłynąć korygująco na program rozwoju turystyki w aglomeracji poznańskiej

Zakończenie

W opracowanej na zlecenie polskiego Rządu strategii rozwoju krajowego produktu turystycznego podkreśla się, że „obecna atrakcyjność polskiej oferty turystycznej jest potencjalnie bardzo duża, choć kluczowe elementy produktu turystycznego, takie jak: baza noclegowa, infrastruktura turystyczna, usługi i zasoby ludzkie powinny być w dużej mierze rozwinięte[74]".

Również atrakcyjność poznańskiego rynku turystycznego wydaje się być niepodważalna, zważywszy na posiadane przez Poznań walory turystyczne, istniejącą infrastrukturę materialną oraz potencjał ludzki zaangażowany w obsługę ruchu turystycznego.

W opracowanej strategii rozwoju rynku turystycznego w Poznaniu zwrócono uwagę na jego słabe strony i realne zagrożenia, które mogą spowodować osłabienie roli i znaczenia Poznania na krajowym międzynarodowym rynku turystycznym (w szczególności problemy komunikacji miasta, problemy parkingowe, niedostateczna promocja itd.).

W opracowaniu wskazano konkretne możliwości likwidacji słabych stron poznańskiego rynku turystycznego oraz niezbędne działania promocyjne na lata 2000-2010.

Zaproponowane produkty turystyczne Poznania oraz określone docelowe segmenty rynkowe są podstawami dla kształtowania ogólnej strategii rozwoju gospodarki turystycznej w Poznaniu.

Mogą być one również podstawą do określenia standardów jakościowych dla podmiotów gospodarczych działających na omawianym rynku turystycznym.

Rozwój wysokiej jakości produktów turystycznych Poznania, które sprostają oczekiwaniom zagranicznych i polskich turystów, i będą w stanie konkurować z produktami innych aglomeracji , to podstawowe zadania dla wszystkich, którym rozwój turystyki w mieście leży głęboko na sercu.

Zespół autorski, zdając sobie sprawę z wielu niedoskonałości prezentowanych analiz i rozważań, ma nadzieję iż opracowana strategia przyczyni się do rozwoju funkcji turystycznej Poznania i do wysokiej jakości usług oferowanych turystom odwiedzającym miasto.

---

[74]Por. *Strategia rozwoju krajowego produktu turystycznego Polski - raport końcowy*. L.R. Consulting and Austrians Tourism Consultants - Urząd Kultury Fizycznej i Turystyki, Warszawa 1997, s. 27.

Bibliografia

1. Arndt Z., Kusztelski A., Krych A., Kostenecka M.: Koncepcja rekonstrukcji dolnego odcinka Strumienia Bogdanka [w] Kaniecki A., Rotnicka J.: Wody powierzchniowe. Problemy wodne obszarów miejskich. Wyd. SORUS, Poznań 1998.
2. Baranowski A.: Badania opinii przedsiębiorców i inwestorów prowadzących działalność gospodarczą na terenie miasta i sąsiednich gmin [w] Podstawy gospodarczej polityki miasta - Studium Poznania (pod red. R.Domańskiego). PAN - Komitet Przestrzennego Zagospodarowania Kraju (Biuletyn nr 181), Warszawa 1998.
3. Bartoszewicz W. : Cele, motywy i formy przyjazdów do Polski w 1998 roku. Instytut Turystyki, Warszawa 1999.
4. Bogucki J., Staniewska-Zątek W., Łomiński Z.: Warunki rekreacji [w] Środowisko naturalne miasta Poznań, Urząd Wojewódzki, Poznań 1996.
5. Dębski L.A. (z zespołem): Miejsce Poznańskiego w turystycznej regionalizacji kraju i jego walory turystyczne. Instytut Turystyki, Poznań 1980.
6. Dziedzic T., Łopaciński K: Rynek lotniczy w Polsce. Agencja Promocji Turystyki MART, Warszawa 1999.
7. Gołembski G.: Przedsiębiorstwo turystyczne w gospodarce wolnorynkowej. Akademia Ekonomiczna, Poznań 1997.
8. Grobelny R.: Instrumenty sterowania gospodarką w skali lokalnej - analiza stanu istniejącego [w] Podstawy gospodarczej polityki miasta - Studium Poznania (pod red. R.Domańskiego). PAN - Komitet Przestrzennego Zagospodarowania Kraju (Biuletyn nr 181), Warszawa 1998.
9. Hoffmann B., Kałwiński M., Lisiecka M., Ludwiczak I. Raczkowska E.: Zieleń [w] Środowisko naturalne miasta Poznania. Urząd Wojewódzki, Poznań 1996.
10. Hołderna-Mielcarek B. : Determinanty rozwoju kongresowych form ruchu turystycznego. Problemy Turystyki, nr 1-2/1998.
11. Informator dla organizatorów konferencji w Poznaniu: Urząd Miejski - Biuro Promocji Miasta, Poznań 1998 .
12. Kaniecki A., Rotnicka J. ; Wody powierzchniowe Poznania. Problemy wodne obszarów miejskich. Wyd. SORUS, Poznań 1995.
13. Kołodziejski J.: Nowa rola Poznania w procesie przekształceń polskiej przestrzeni [w] Podstawy gospodarczej polityki miasta - Studium Poznania (pod red. R.Domańskiego). PAN - Komitet Przestrzennego Zagospodarowania Kraju (Biuletyn nr 181), Warszawa 1998.
14. Kucharski B.: Znakowane szlaki woj. poznańskiego. Wyd. PAPT, Poznań 1994.
15. Lokalna polityka turystyczna i marketingowa. Centrum Edukacji Kadr Turystycznych - Instytut Turystyki, Kraków 1996.
16. Ludwiczak I.: Ochrona wód w miejscowym planie ogólnym zagospodarowania przestrzennego miasta Poznania [w] Kaniecki A., Rotnicka J.: Wody powierzchniowe Poznania. Problemy wodne obszarów miejskich. Wyd. SORUS, Poznań 1995.
17. Łęcki W. , Jaśkowiak F.: Przewodnik po Poznaniu. Sport i Turystyka, Warszawa 1991.
18. Miejski Informator Multimedialny: http/www.city.poznan.pl.

19. Mierzejewska L., Parysek J.J.: Tereny zielone oraz ich miejsce w strukturze przestrzennej miasta [w] Podstawy gospodarczej polityki miasta - Studium Poznania (pod red. R.Domańskiego). PAN - Komitet Przestrzennego Zagospodarowania Kraju (Biuletyn nr 181), Warszawa 1998.
20. Parysek J.J.: Poznań wobec wyzwań transformacji społeczno-ustrojowej i przemian strukturalno-przestrzennych współczesnych miast [w] Podstawy gospodarczej polityki miasta - Studium Poznania (pod red. R.Domańskiego). PAN - Komitet Przestrzennego Zagospodarowania Kraju (Biuletyn nr 181), Warszawa 1998.
21. Perry M.: New Perspectives and Policies Procedings. International Conference of Tourism, Turcja 1978.
22. Poczet królów i książąt polskich Jana Matejki. Świat Książki, Warszawa 1991.
23. Podstawy gospodarczej polityki miasta - Studium Poznania (pod red. R.Domańskiego). PAN - Komitet Przestrzennego Zagospodarowania Kraju (Biuletyn nr 181), Warszawa 1998.
24. Podstawy marketingu (pod red. H. Mruka). Akademia Ekonomiczna, Poznań 1999.
25. Raport o stanie środowiska w Wielkopolsce w latach 1997-1998. Inspekcja Ochrony Środowiska - Wojewódzki Inspektorat Ochrony Środowiska, Poznań 1999.
26. Rozwój produktu turystycznego regionu Wielkopolska i Ziemia Lubuska, UKFiT - Program PHARE, Warszawa 1998.
27. Skuratowicz J.: Zamek Królewski w Poznaniu [w] IKS na jesień, Wyd. Miejskie, Poznań 1999.
28. Sołowiej D.: Ocena atrakcyjności terenów przywodnych aglomeracji poznańskiej dla rekreacji w opinii jej mieszkańców [w] Kaniecki A., Rotnicka J.: Wody powierzchniowe Poznania. Problemy wodne obszarów miejskich. Wyd. SORUS, Poznań 1998.
29. Strategia rozwoju krajowego produktu turystycznego Polski - raport końcowy. L.R.Consulting and Austrians Tourism Consultants - UKFiT, Warszawa 1997.
30. Szymanowski Z. , Tomczyszyn M. : Poznań - Przewodnik. Wyd. Pascal, Poznań 1999.
31. Turystyka w 1998 roku. GUS, Warszawa 1999.
32. Turystyka polska - 1998. Urząd Kultury Fizycznej i Turystyki, Warszawa 1999.
33. Tymowski M., Kieniewicz J., Holzer J.: Historia Polski, Editions Spotkania, Warszawa 1990.
34. Ziółkowski M.: O różnorodności teraźniejszości (Pomiędzy tradycją, spuścizną, socjalizmem, nowoczesnością). UAM - Instytut Socjologii, Poznań 1997.

SUMMARY

In spite of inflation and appearing in many countries economic recession, tourism industry is still developing , although the rate of that development is a little bit slower last years.

Also in Poland, after 1989 tourism became one of the most dynamically developing industries. It was underlined by the Cabinet in „The Foundations of Tourism Industry Development" passed in September 1994. This document designated the tourism the significant role in social economic development of the country, in the process of economic development and limitation of unemployment.

According to prognosis, 23,4 million of foreign tourists will visit Poland in 2007, whereas the number of domestic tourists will reach 142,5 million with the rate of tourism activity of Polish society around 73-74%.

To put a chance existing for Polish economy to good account and in order to be competitive on the international market, the strategic aim for country tourist policy should be to create economically strong, market-oriented tourist sector.

The basic condition of success for tourist sector in the future is the continuous improvement of tourist atractiveness of particular regions and cities, as well as the development of tourist infrastructure.

„Programme for Domestic Tourist Product Development" worked out by Physical Culture and Tourism Board univocally underlines, that domestic plan of tourism development should concentrate on complex investments in particular centres and regions like health resorts, business tourism centres, specialistic tourism, culture and transit tourism centres.

As indicated above, Polish tourism industry development and its competitiveness on European markets should be based on rational and economically sustainable strategies of development for local and regional tourist markets. This statement also refers to Poznań agglomeration, wrongly defined as the city „not enough friendly" for tourists. Tourist attractions, well developed tourist infrastructure, professional staff are the main strenghts for Poznań as a tourist centre.

The purpose of this paper is to present the strategy for Poznań tourist market development, which will enable the evaluation of tourism role in the social -economic development of the city.

The paper presents the synthetic diagnosis of the situation at Poznań tourist market based on all approachable statistical data and sources.

Considering the lack of information to diagnose Poznań tourist market and its development perspectives, special questionnaire researches were carried out in Poznań by the staff of Institute of Tourism and Tourism Economics and Organisation Chair of Poznań University of Physical Education. These researches were carried out during the period of June - September 1999 among 4 groups: domestic tourists, foreign tourists, inhabitants of Poznań and representatives of tourism industry and local government.

As the result of presented analysis, paper defines tourist products for Poznań and main tourist segments which should be the points of interest for tourist companies and institutions.

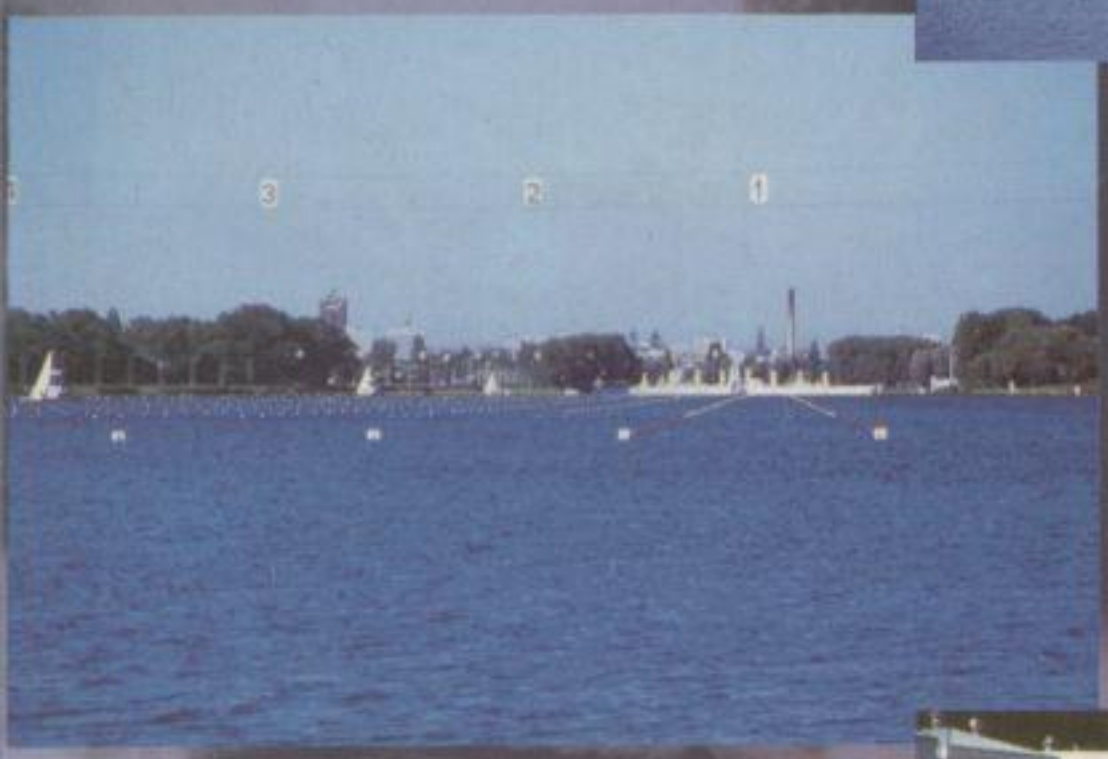
Last chapter presents summary valuation of Poznań tourist market (SWOT analysis) and prognosis of the market situation by 2010. It also defines promotion strategy for the market, indicating the main promotional budget.

INSTYTUT TURYSTYKI w Warszawie Biblioteka

8904









ISBN 83-914534-0-5

© Design AGAWA - 061 661 97 25