

Uchwała Nr 1371/2015
Zarządu Województwa Wielkopolskiego
z dnia 10 grudnia 2015 roku

w sprawie przyjęcia projektu „Strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku” i skierowaniu go do konsultacji społecznych

Na podstawie art. 41 ust. 2 pkt 4 ustawy z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie województwa (Dz. U. z 2015 r., poz. 1392) oraz art. 6 ustawy z dnia 6 grudnia 2006 roku o zasadach prowadzenia polityki rozwoju (Dz. U. z 2014 poz. 1649 ze zm.), w związku z Uchwałą nr IV/70/15 Sejmiku Województwa Wielkopolskiego z dnia 23 lutego 2015 roku w sprawie określenia zasad, trybu i harmonogramu prac nad „Strategią rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku”, Zarząd Województwa Wielkopolskiego uchwała, co następuje:

§ 1

Przyjmuje się projekt „Strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku”, stanowiący załącznik do niniejszej uchwały.

§ 2

1. Projekt „Strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku”, o którym mowa w §1, kieruje się do konsultacji społecznych, o których mowa w art. 6 ustawy z dnia 6 grudnia 2006 roku o zasadach prowadzenia polityki rozwoju (Dz. U. z 2014 poz. 1649 ze zm.).
2. Konsultacje, o których mowa w ust. 1, przeprowadzone zostaną w terminie od 14 grudnia 2015 r. do 18 stycznia 2016 r. włącznie.
3. Konsultacje, o których mowa w ust. 1, przeprowadzone zostaną w formie:
 - a. konsultacji pisemnych,
 - b. spotkań konsultacyjnych m.in. z jednostkami samorządu terytorialnego, partnerami społecznymi i gospodarczymi,
 - c. przyjmowania uwag na adres e-mail: strategia.turystyki@umww.pl.
4. Zaproszenie do uczestnictwa w konsultacjach, miejsce i termin spotkań oraz adres strony internetowej, na której zamieszczono projekt „Strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku” zostaną ogłoszone w dzienniku o zasięgu regionalnym oraz na stronie internetowej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego.
5. Sprawozdanie z przebiegu i wyników konsultacji wraz z uzasadnieniem zostanie przygotowane w terminie do 30 dni od dnia zakończenia konsultacji i podane do publicznej wiadomości na stronie internetowej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego www.umww.pl.

§ 3

Wykonanie uchwały powierza się Dyrektorowi Departamentu Sportu i Turystyki.

§ 4

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

Marszałek Województwa
Marek Woźniak

**Uzasadnienie do uchwały Nr 1371/2015
Zarządu Województwa Wielkopolskiego
z dnia 10 grudnia 2015 roku**

w sprawie przyjęcia projektu „Strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku” i skierowaniu go do konsultacji społecznych

„Strategia rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku” będzie dokumentem istotnym w procesie rozwoju turystyki w regionie, określającym obszary priorytetowe, cele i kierunki działań w sferze turystyki do 2020 roku.

Pomimo, iż Strategia dotyczyć będzie kierunków działań, za które odpowiada Samorząd Województwa Wielkopolskiego oraz tych, na które ma bezpośredni lub pośredni wpływ już dzisiaj lub zamierza mieć w przyszłości, zadania z zakresu turystyki w Wielkopolsce realizowane są przez szereg podmiotów publicznych, przedsiębiorstw oraz organizacji pozarządowych, stąd istotne jest ich zaangażowanie w dyskusję nt. kierunków rozwoju turystyki w regionie. Tym samym uzasadnione jest przyjęcie projektu „Strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku” i poddanie go konsultacjom społecznym, zgodnie z art. 6 ustawy z dnia 6 grudnia 2006 roku o zasadach prowadzenia polityki rozwoju (Dz. U. z 2014 poz. 1649 ze zm.).

Wobec powyższego podjęcie niniejszej uchwały jest uzasadnione.

*Wojciech Jankowiak
Wicemarszałek*

Załącznik do Uchwały Nr 1371/2015
Zarządu Województwa Wielkopolskiego
z dnia 10 grudnia 2015 roku

ZARZĄD WOJEWÓDZTWA WIELKOPOLSKIEGO



STRATEGIA ROZWOJU TURYSTYKI W WOJEWÓDZTWIE WIELKOPOLSKIM DO 2020 ROKU

(projekt skierowany do konsultacji społecznych)

Poznań, grudzień 2015

Opracowano na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego przez:

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

Akademię Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego w Poznaniu

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu

Redaktorzy:

prof. dr hab. Stefan Bosiacki (AWF), prof. dr hab. Grzegorz Gołębowski (UEP), prof. dr hab. Krzysztof Kasprzak (UP), prof. dr hab. Zygmunt Młynarczyk (UAM)

Redaktorzy techniczni:

dr Krzysztof Piotrowski (UAM), dr Klaudiusz Świącicki (UAM), mgr inż. Remigiusz Tritt (UAM)

Autorzy:

prof. dr hab. Stefan Bosiacki (AWF), prof. dr hab. Grzegorz Gołębowski (UEP), dr Jowita Górka (AWF), dr Bernadeta Hołderna-Mielcarek (AWF), prof. dr hab. Krzysztof Kasprzak (UP), dr Katarzyna Majchrzak (AWF), dr Janusz Majewski (UP), dr Łukasz Nawrot (UEP), dr Marcin Olszewski (UEP), mgr Natalia Piechota (UEP), dr Krzysztof Piotrowski (UAM), dr Ilona Potocka (UAM), dr Anna Przybylska (UAM), dr Mateusz Rogowski (UAM), mgr Ewa Jolanta Stroik (UAM), dr Joanna Śniadek (AWF), dr Klaudiusz Świącicki (UAM), prof. UAM dr hab. Alina Zajadacz (UAM)

Redakcja, nadzór merytoryczny:

Tomasz Wiktor (Dyrektor Departamentu Sportu i Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego w Poznaniu), Małgorzata Prażanowska (Oddział Turystyki w Departamencie Sportu i Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego w Poznaniu).

Spis treści

1. Wprowadzenie.....	4
2. Analiza SWOT – identyfikacja silnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń dla turystyki w województwie wielkopolskim	7
3. Prognoza trendów rozwojowych w obszarze turystyki w okresie objętym Strategią	11
4. Wizja i misja rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku	13
5. Obszary priorytetowe Strategii - cele strategiczne.....	16
5.1 Obszar priorytetowy I Produkty turystyczne	20
5.1.1 Rozwój produktów dla turystyki biznesowej	21
5.1.2 Rozwój produktów dla turystyki kulturowej.....	30
5.1.3 Rozwój produktów dla turystyki przyrodniczej.....	35
5.1.4 Rozwój produktów dla turystyki aktywnej.....	38
5.1.5 Rozwój produktów dla turystyki na obszarach wiejskich.....	46
5.2 Obszar priorytetowy II Kapitał ludzki.....	50
5.3 Obszar priorytetowy III Nowe technologie	57
5.4 Obszar priorytetowy IV Infrastruktura.....	61
6. System realizacji i monitoringu Strategii	67
6.1 System wdrażania i harmonogram Strategii w latach 2016-2020	67
6.2 Potencjalne źródła finansowania Strategii w latach 2016-2020.....	68
6.3 Zasady monitorowania i oceny realizacji Strategii.....	69

Załącznik - Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

1. Wprowadzenie

Dynamiczny rozwój turystyki, jaki ma miejsce w ostatnich latach w województwie wielkopolskim, a także fakt, iż dotychczasowa strategia rozwoju tego sektora obejmowała okres do 2013 roku, spowodowały konieczność opracowania nowej, dostosowanej do zmian zachodzących na rynku usług turystycznych, strategii rozwoju turystyki w województwie.

23 lutego 2015 roku Sejmik Województwa Wielkopolskiego podjął uchwałę o przystąpieniu do prac nad opracowaniem takiej strategii, określając zasady, tryb i harmonogram prac nad tym dokumentem.

Prace nad Strategią obejmowały dwa, wzajemnie uzupełniające się etapy. W pierwszym sformułowano diagnozę stanu turystyki w województwie wielkopolskim (stanowiącą załącznik do niniejszego dokumentu), w drugim zaś, na bazie analiz i wniosków diagnostycznych, określono wizję i misję dalszego rozwoju tego sektora, obszary priorytetowe i cele strategiczne oraz kierunki interwencji (zwane dalej kierunkami działań) dla realizacji przyjętych celów operacyjnych.

Strategia jest efektem prac zespołu eksperckiego i uszczegóławia w pewnych obszarach *Strategię rozwoju województwa wielkopolskiego do 2020 roku. Wielkopolska 2020*, przyjętą uchwałą Sejmiku Województwa Wielkopolskiego 17 grudnia 2012 roku. W szczególności Strategia przyczynia się do realizacji następujących celów strategii wojewódzkiej:

Cel strategiczny 1.

Poprawa dostępności i spójności komunikacyjnej regionu

Cel operacyjny 1.4. Lepsze wykorzystanie dróg wodnych

Cel strategiczny 4.

Zwiększanie konkurencyjności metropolii poznańskiej i innych ośrodków wzrostu w województwie

Cel operacyjny 4.1. Rozwój metropolii poznańskiej

Cel strategiczny 5.

Zwiększanie spójności województwa

Cel operacyjny 5.2. Rozwój obszarów wiejskich

Cel operacyjny 5.4. Wsparcie terenów wymagających restrukturyzacji, odnowy i rewitalizacji

Cel operacyjny 5.6. Wsparcie terenów o wyjątkowych walorach środowiska kulturowego

Cel strategiczny 6.

Wzmocnienie potencjału gospodarczego regionu

Cel operacyjny 6.3. Rozwój sieci i kooperacji w gospodarce regionu

Cel operacyjny 6.4.	Rozbudowa instytucji otoczenia biznesu
Cel operacyjny 6.7.	Doskonalenie kadr gospodarki
Cel operacyjny 6.9.	Tworzenie warunków dla ekspansji gospodarki województwa na rynki zewnętrzne

Cel strategiczny 7.

Wzrost kompetencji mieszkańców i zatrudnienia

Cel operacyjny 7.1.	Poprawa warunków, jakości i dostępności edukacji
Cel operacyjny 7.2.	Wsparcie szkolnictwa wyższego
Cel operacyjny 7.3.	Promocja przedsiębiorczości i zatrudnialności
Cel operacyjny 7.5.	Wzmocnienie szkolnictwa zawodowego i technicznego oraz poprawa organizacji rynku pracy
Cel operacyjny 7.6.	Rozwój kształcenia ustawicznego

Cel strategiczny 8.

Zwiększanie zasobów oraz wyrównywanie potencjałów społecznych województwa

Cel operacyjny 8.1.	Wzmacnianie aktywności zawodowej
Cel operacyjny 8.4.	Promocja zdrowego stylu życia
Cel operacyjny 8.7.	Kształtowanie skłonności mieszkańców do zaspokajania potrzeb wyższego rzędu
Cel operacyjny 8.10.	Ochrona i utrwalenie dziedzictwa kulturowego

Cel strategiczny 9.

Wzrost bezpieczeństwa i sprawności zarządzania regionem

Cel operacyjny 9.2.	Budowa wizerunku województwa i jego promocja
Cel operacyjny 9.6.	Rozwój współpracy terytorialnej

Rozważania i propozycje ujęte w Strategii odniesione zostały również do innych dokumentów strategicznych: krajowych i regionalnych, takich jak:

- Strategia Rozwoju Kraju 2020,
- Krajowa Strategia Rozwoju Regionalnego 2010-2020. Regiony – Miasta – Obszary Wiejskie,
- Strategia Innowacyjności i Efektywności Gospodarki „Dynamiczna Polska 2020”,
- Program Rozwoju Turystyki do 2020 roku,
- Marketingowa Strategia Polski w Sektorze Turystyki na lata 2012-2020,
- Krajowy Program Ochrony Zabytków i Opieki nad Zabytkami na lata 2013 – 2016,
- Plan zagospodarowania przestrzennego województwa wielkopolskiego,
- Strategia Polityki Społecznej dla Województwa Wielkopolskiego do 2020 roku,
- Strategia Promocji Gospodarczej Województwa Wielkopolskiego na lata 2010-2020,
- zaktualizowana Regionalna Strategia Innowacji dla Wielkopolski na lata 2015-2020,
- Program Opieki nad Zabytkami Województwa Wielkopolskiego na lata 2013 – 2016,
- Strategia Rozwoju Aglomeracji Poznańskiej.

Przyjęta przez Unię Europejską *Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającemu włączeniu społecznemu. Europa 2020*, stworzyła zupełnie nową jakość w polityce

rozwoju Unii Europejskiej, w tym także w odniesieniu do turystyki. Te nowe wyzwania rozwojowe uwzględniono w prezentowanym dokumencie.

Zakres przedmiotowy i podmiotowy Strategii jest zbieżny z przyjętym w *Strategii rozwoju województwa wielkopolskiego do 2020 roku. Wielkopolska 2020*. Podmiotem Strategii jest Samorząd Województwa Wielkopolskiego. Strategia dotyczy zakresu jego kompetencji oraz kompetencji województwa w zakresie wpływania na zachowania innych podmiotów. Przedmiotem Strategii jest z kolei turystyka województwa wielkopolskiego w rozumieniu tego, za co Samorząd Województwa Wielkopolskiego odpowiada w sferze turystyki lub tego, na co ma bezpośredni lub pośredni wpływ już dziś lub zamierza mieć w przyszłości.

2. Analiza SWOT – identyfikacja silnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń dla turystyki w województwie wielkopolskim

Prezentowana analiza SWOT przeprowadzona została łącznie dla wszystkich omawianych w diagnozie czynników. Spośród ogółu determinant rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim wybrano po 10 najważniejszych w każdej klasie, czyli 10 mocnych i 10 słabych stron turystyki w województwie (uwarunkowania endogeniczne), oraz po 10 najistotniejszych szans i zagrożeń (uwarunkowania egzogeniczne).

Wybrane czynniki mogą niekiedy wydawać się dyskusyjne, ale wybrano je na podstawie analiz i ocen zawartych w części diagnostycznej, na przykład z treści odnoszących się do obszarów problemowych województwa, czy też z tekstu o problemach i barierach związanych z rozwojem turystyki na badanym obszarze.

W tabelach 1 i 2 uwzględniono czynniki wewnętrzne i zewnętrzne wpływające na obecny stan turystyki w województwie, przy czym każdemu czynnikowi, w wyniku dyskusji w zespole eksperckim, przypisano ocenę w skali od 1 do 5, gdzie liczba 5 oznacza bardzo istotne znaczenie tego czynnika, a 1 minimalne.

Dla określenia ogólnej sytuacji turystyki w Wielkopolsce opracowano dodatkowe zestawienie tabelaryczne (tab. 3), w którym określono przedziały punktowe łącznego salda czynników wewnętrznych i zewnętrznych, a następnie uzyskanemu wynikowi przypisano diagnostyczną ocenę aktualnego stanu turystyki w Wielkopolsce.

Tab. 1 Analiza SWOT dla turystyki w województwie wielkopolskim – potencjał wewnętrzny

Lp	Wyszczególnienie	Ocena rangi czynnika w pkt.	Lp	Wyszczególnienie	Ocena rangi czynnika w pkt.
A. POTENCJAŁ WEWNĘTRZNY					
Mocne strony			Słabe strony		
1	Korzystne położenie geograficzne	+ 5	1	Duże zróżnicowanie przestrzenne poziomu rozwoju społeczno-gospodarczego w województwie	- 5
2	Wysoki (w stosunku do innych regionów) poziom rozwoju społeczno-	+ 5	2	Niedostateczne wykorzystanie obszarów leśnych na potrzeby turystyki	- 4

	gospodarczego				
3	Występowanie licznych obszarów przyrodniczo atrakcyjnych	+ 4	3	Duży obszar województwa zagrożony marginalizacją przestrzenną w turystyce, szczególnie północna i południowa część województwa	- 4
4	Relatywnie dobra dostępność komunikacyjna województwa	+ 4	4	Brak spójnych działań w sferze promocji turystycznej	- 4
5	Znaczące dziedzictwo kulturowe – materialne i niematerialne województwa	+ 4	5	Niedostateczne nakłady na rozwój infrastruktury turystycznej	- 4
6	Dobrze rozwinięta i zróżnicowana baza noclegowa	+ 4	6	Niski wskaźnik wykorzystania miejsc noclegowych	- 4
7	Dobra działalność regionalnej i lokalnych organizacji turystycznych	+ 4	7	Niedostateczne zagospodarowanie turystyczne szlaków i dróg wodnych	- 3
8	Dobre zagospodarowanie turystyczne i paraturystyczne regionu	+ 3	8	Niedostateczna współpraca między samorządami lokalnymi a branżą turystyczną	- 3
9	Systematyczna poprawa stanu środowiska przyrodniczego i kulturowego	+ 3	9	Postępująca degradacja obszarów atrakcyjnych turystycznie np. w subregionie konińskim	- 3
10	Znaczące działania samorządów terytorialnych na rzecz rozwoju turystyki	+ 3	10	Niedocenywanie turystyki jako szansy rozwojowej powiatów i gmin	- 2
Suma (Σ)		+ 39	Suma (Σ)		- 36
SALDO POTENCJAŁU WEWNĘTRZNEGO + 3					

Źródło: opracowano na podstawie części diagnostycznej i dyskusji w zespole eksperckim

Tab. 2 Analiza SWOT dla turystyki w województwie wielkopolskim – czynniki zewnętrzne

Lp	Wyszczególnienie	Ocena rangi czynnika w pkt.	Lp	Wyszczególnienie	Ocena rangi czynnika w pkt.
B. CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE					
Szanse			Zagrożenia		
1	Wzrost popytu na usługi	+ 5	1	Konkurencja innych atrakcyjnych turystycznie	- 5

Strategia rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku

	turystyczne i rekreacyjne			regionów Polski	
2	Zmiana wizerunku turystycznego województwa w kraju i za granicą	+ 4	2	Brak spójnej długofalowej polityki turystycznej w Polsce	- 4
3	Wdrażanie koncepcji zrównoważonego rozwoju na obszarach turystycznie atrakcyjnych	+ 4	3	Ewentualny spadek dochodów realnych mieszkańców Polski	- 4
4	Modernizacja i rozbudowa infrastruktury transportowej (drogi, koleje, lotniska). Poprawa dostępności komunikacyjnej województwa	+ 4	4	Niestabilna sytuacja polityczna w Europie Środkowo-Wschodniej	- 4
5	Bliskość granicy z Niemcami przyczyniająca się do wzrostu przyjazdów turystów z Europy Zachodniej do Wielkopolski	+ 4	5	Częste zmiany przepisów prawnych dotyczących sektora turystyki	- 3
6	Kreowanie i wdrażanie innowacyjnych rozwiązań w obsłudze ruchu turystycznego	+ 4	6	Niski poziom świadomości prawnej uczestników rynku turystycznego	- 3
7	Dynamiczny rozwój infrastruktury technicznej i usługowej służącej obsłudze ruchu turystycznego	+ 4	7	Zjawiska kryzysowe w Unii Europejskiej	- 3
8	Poprawa stanu środowiska naturalnego	+ 3	8	Niedostateczne działania i środki na rzecz rozwoju sieci dróg i obwodnic wokół miejscowości turystycznie atrakcyjnych	- 3
9	Wzrost zainteresowania mieszkańców Europy Zachodniej polską kulturą i historią	+ 3	9	Niedostateczna promocja turystyczna Wielkopolski przez Polską Organizację Turystyczną	- 3
10	Możliwość wykorzystania środków z UE na realizację projektów turystycznych	+ 3	10	Niespójna polityka przestrzenna państwa hamująca rozwój infrastruktury turystycznej	- 2
Suma (Σ)		+ 38	Suma (Σ)		- 34
SALDO CZYNNIKÓW ZEWNĘTRZNYCH + 4					
ŁĄCZNE SALDO CZYNNIKÓW (A+B) + 7					

Źródło: opracowano na podstawie części diagnostycznej i dyskusji w zespole eksperckim

Tab. 3 Syntetyczna ocena stanu rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim

Przedziały punktowe sald z analizy SWOT (w punktach)	Syntetyczna ocena stanu turystyki w województwie	
	Czynniki wewnętrzne (potencjał)	Czynniki zewnętrzne
- 50 do - 25	Niedostateczny potencjał wewnętrzny dla dalszego rozwoju turystyki	Bardzo zła sytuacja otoczenia zewnętrznego, co stanowi istotne zagrożenie dla rozwoju turystyki
- 24 do 0	Potencjał wewnętrzny w umiarkowanym stopniu sprzyja rozwojowi turystyki	Otoczenie zewnętrzne niestabilne, negatywny wpływ na rozwój turystyki
+ 1 do + 24	Potencjał wewnętrzny sprzyjający turystyce, wymaga jednak lepszego wykorzystania	Otoczenie zewnętrzne nie stanowi zagrożenia dla dalszego rozwoju turystyki
+ 25 do + 50	Potencjał wewnętrzny bardzo dobrze wykorzystany dla rozwoju turystyki	Sytuacja w otoczeniu zewnętrznym sprzyjająca rozwojowi turystyki

Źródło: opracowano na podstawie części diagnostycznej i dyskusji w zespole eksperckim

Na podstawie przeprowadzonej analizy można stwierdzić, iż w chwili obecnej turystyka w województwie wielkopolskim stanowi znaczący czynnik rozwoju społeczno-gospodarczego tego obszaru. Potencjał wewnętrzny sprzyja dalszym działaniom rozwojowym w sektorze, ale musi być bardziej efektywnie wykorzystany. Czynniki zewnętrzne mające wpływ na rozwój turystyki w regionie nie stanowią istotnego zagrożenia, ale muszą być systematycznie monitorowane. Także w perspektywie roku 2020 przyjąć można, że trend wzrostowy, mierzony liczbą turystów odwiedzających Wielkopolskę oraz przychodami z tego tytułu, będzie utrzymany.

Mimo stosunkowo krótkiego horyzontu Strategii (rok 2020) przytoczona powyżej syntetyczna ocena perspektyw rozwoju turystyki w województwie jest w pełni uzasadniona w świetle rozwiązań i analiz zawartych w części diagnostycznej. Nie oznacza to bynajmniej, iż dzisiaj jesteśmy w stanie przewidzieć wszystkie uwarunkowania, głównie zewnętrzne, które mogą wpływać na stan turystyki w województwie do roku 2020.

3. Prognoza trendów rozwojowych w obszarze turystyki w okresie objętym Strategią

Turystyka stanowi silną gałąź gospodarki światowej, przyczyniając się do ożywienia gospodarczego i tworzenia nowych miejsc pracy. Według danych Światowej Organizacji Turystyki (UNWTO) w 2014 r. międzynarodowy ruch turystyczny wzrósł o 4,7% w porównaniu z rokiem 2013, a liczba międzynarodowych turystów na świecie osiągnęła poziom 1,138 mld. Jak szacuje UNWTO tendencja wzrostowa utrzyma się aż do roku 2030, przy czym do 2020 roku wzrost liczby turystów na świecie będzie bardziej dynamiczny, osiągając średni poziom 3,8% rocznie, następnie nieco osłabnie i będzie utrzymywał się na poziomie poniżej 3% rocznie. Zgodnie z prognozami także w województwie wielkopolskim w kolejnych latach utrzymana zostanie światowa tendencja rozwojowa.

Regionalne trendy rozwojowe w obszarze turystyki są zbieżne z ogólnymi trendami obserwowanymi w turystyce europejskiej i światowej. Determinowane są one wieloma czynnikami, do których zaliczyć należy m.in.:

- czynniki demograficzne (m.in. udział starszych grup wiekowych w strukturze społeczeństwa europejskiego, wzrost liczby gospodarstw jednoosobowych),
- czynniki środowiskowe (m.in. kurczące się zasoby środowiska naturalnego),
- czynniki społeczno-kulturowe (m.in. zmiana systemu wartości, tzn. przypisywanie przez społeczeństwa ważnego znaczenia zdrowiu, wiedzy, aktywnemu spędzaniu czasu wolnego),
- czynniki technologiczne (m.in. dynamiczny rozwój technologii w zakresie przepływu informacji, rozwój środków transportu i infrastruktury transportowej, automatyzacja i komputeryzacja gospodarki).

Czynniki te leżą u podstaw trendów w turystyce światowej (w tym w szczególności europejskiej), na które zwróciła uwagę Komisja Europejska. Wśród nich na pierwszy plan wysuwają się:

- wzrost liczby wyjazdów turystycznych przy jednoczesnym skróceniu czasu ich trwania (częstsze, lecz krótsze wyjazdy turystyczne),
- rozwój turystyki lokalnej (*ang. „proximity” tourism*), czyli turystyki w miejsca bliskie miejscom zamieszkania turystów (wycieczki weekendowe),
- poszukiwanie bezpośredniego, bardziej świadomego kontaktu z naturą i środowiskiem, ekologizacja konsumpcji turystycznej,
- pragnienie zdobycia autentycznego doświadczenia odwiedzanych miejsc,

- wzrost zainteresowania produktami turystycznymi, ukierunkowanymi na emocjonalne zaangażowanie konsumenta, doświadczenie i przeżycia związane z konsumpcją produktu turystycznego, odpowiadający formule 3xE (*ang. excitement, education, entertainment*),
- zainteresowanie przygodą, nieodkrytymi dotychczas miejscami, czy turystyką z dala od głównych szlaków,
- pojawienie się nowych „kulturalnych horyzontów” przejawiające się w doświadczaniu żywej kultury - nie tylko muzeów, zabytków, pojedynczych atrakcji, ale całego kontekstu kulturalnego odwiedzanych miejsc - ich historii, tradycji, języka, kuchni, stylu życia itd.,
- zainteresowanie lokalnymi zwyczajami, folklorem, rękodzielnictwem itp¹.

Tendencją jest również coraz częstsze łączenie różnych form turystyki (np. biznesowej z kulturową) oraz potrzeba indywidualnego dopasowania oferty turystycznej.

¹ Panorama on tourism, Eurostat, European Commission, 2008, s. 16-17

4. Wizja i misja rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku

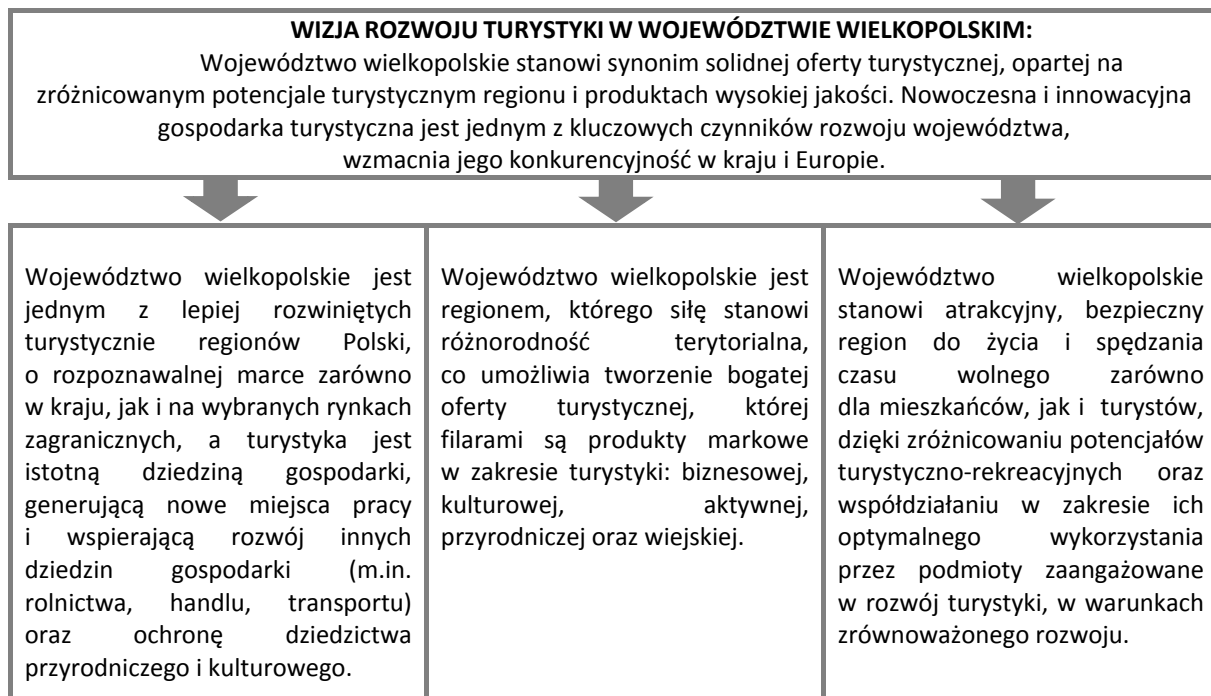
WIZJA jest marzeniem, do którego się zmierza, stanem pożądanym regionu, możliwym do osiągnięcia w przyszłości. Zawiera najbardziej zasadnicze dążenia i jest jednym z kluczowych elementów służących budowie długofalowej strategii rozwoju turystyki w ujęciu przestrzennym. Wizja stanu turystyki w Wielkopolsce w perspektywie 2020 roku uwzględnia przede wszystkim założenia:

- *Programu Rozwoju Turystyki do 2020 roku*, w którym wizja została sformułowana następująco: „Nowoczesna i otwarta gospodarka turystyczna, oparta na inteligentnych specjalizacjach turystycznych w polskich regionach, stanowiąca bazujący na wiedzy jeden z kluczowych czynników rozwoju regionalnego i kraju, wzmacniająca konkurencyjność kraju w Unii Europejskiej”,
- *Strategii rozwoju województwa wielkopolskiego do 2020 roku. Wielkopolska 2020*, zgodnie z którą: „Wielkopolska 2020 roku – w wyniku stopniowego osiągnięcia celów strategii ma być regionem inteligentnym², innowacyjnym i spójnym (...)”.

² Inteligentny, czyli oparty na edukacji, wiedzy, badaniach, technologiach informacyjnych i komunikacyjnych (*Strategia rozwoju województwa wielkopolskiego do 2020 roku. Wielkopolska 2020*, s. 68).

Wizję rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim przedstawiono na rycinie 1.

Ryc. 1. Wizja rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku



Źródło: Opracowano w oparciu o: Program Rozwoju Turystyki do 2020 roku, Strategię rozwoju województwa wielkopolskiego do 2020 roku. Wielkopolska 2020, Diagnozę turystyki w województwie wielkopolskim.

Nakreślona wizja, z uwzględnieniem zapisów *Strategii rozwoju województwa wielkopolskiego do 2020 roku. Wielkopolska 2020*, w ujęciu szczegółowym jest następująca:

- efektywnie wykorzystywany jest zróżnicowany, wewnętrzny potencjał turystyczny, umożliwiający tworzenie produktów turystycznych o wysokiej jakości, atrakcyjnych w skali całego roku,
- podmioty zaangażowane w rozwój turystyki ściśle współpracują, wykorzystując potencjał metropolii poznańskiej, jak również wszystkich wielkopolskich subregionów, co skutkować powinno wartością dodaną,
- priorytetem i fundamentem rozwoju turystyki jest edukacja z zakresu turystyki i rekreacji w systemie uczenia się przez całe życie oraz budowa na jej podstawie kreatywnych kapitałów, intelektualnego i innowacyjnego; szkolnictwo turystyczne wspiera jakościowy rozwój kadr turystyki dzięki powiązaniom, jakie stwarzają programy współpracy nauki i rynku turystycznego,
- jednym z głównych priorytetów rozwoju turystyki jest jej rozwój zrównoważony, uwzględniający interesy mieszkańców regionu w zakresie poprawy jakości życia i wypoczynku,
- gospodarka turystyczna jest otwarta na globalne trendy w turystyce, co wzmacnia jej konkurencyjność,

- wysoka jakość usług turystycznych, spójny system informacji turystycznej przyczyniają się do wysokiego poziomu zaspokojenia oczekiwań (satysfakcji) turystów i rekomendacji regionu jako godnej polecenia destynacji turystycznej,
- turystyka jako element „dialogu kultur” przyczynia się do wzrostu tolerancyjności, kreatywności i innowacyjności w regionie, do konsekwentnego kreowania jego pozytywnego wizerunku.

Z kolei **MISJĄ** Samorządu Województwa w zakresie rozwoju turystyki do roku 2020, rozumianą jako opis dążeń Samorządu Województwa Wielkopolskiego do realizacji celów Strategii, jest:

- Integracja podmiotów i instytucji na rzecz wzrostu turystycznej konkurencyjności województwa, poprawy jakości potencjału turystycznego,
- Stworzenie nowoczesnej koncepcji turystycznej promocji regionu,
- Kreowanie i wspieranie rozwoju markowych produktów turystycznych.

5. Obszary priorytetowe Strategii - cele strategiczne

Uwzględniając wnioski z analizy diagnostycznej przyjąć należy, iż o sukcesie dalszego rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim zdecydują działania podejmowane w następujących obszarach priorytetowych:

- I. Produkty turystyczne,
- II. Kapitał ludzki,
- III. Nowe technologie,
- IV. Infrastruktura.

Wymienione powyżej obszary priorytetowe są zgodne ze *Strategią rozwoju województwa wielkopolskiego do 2020 roku. Wielkopolska 2020* oraz z przyjętym przez Radę Ministrów *Programem Rozwoju Turystyki do 2020 roku*.

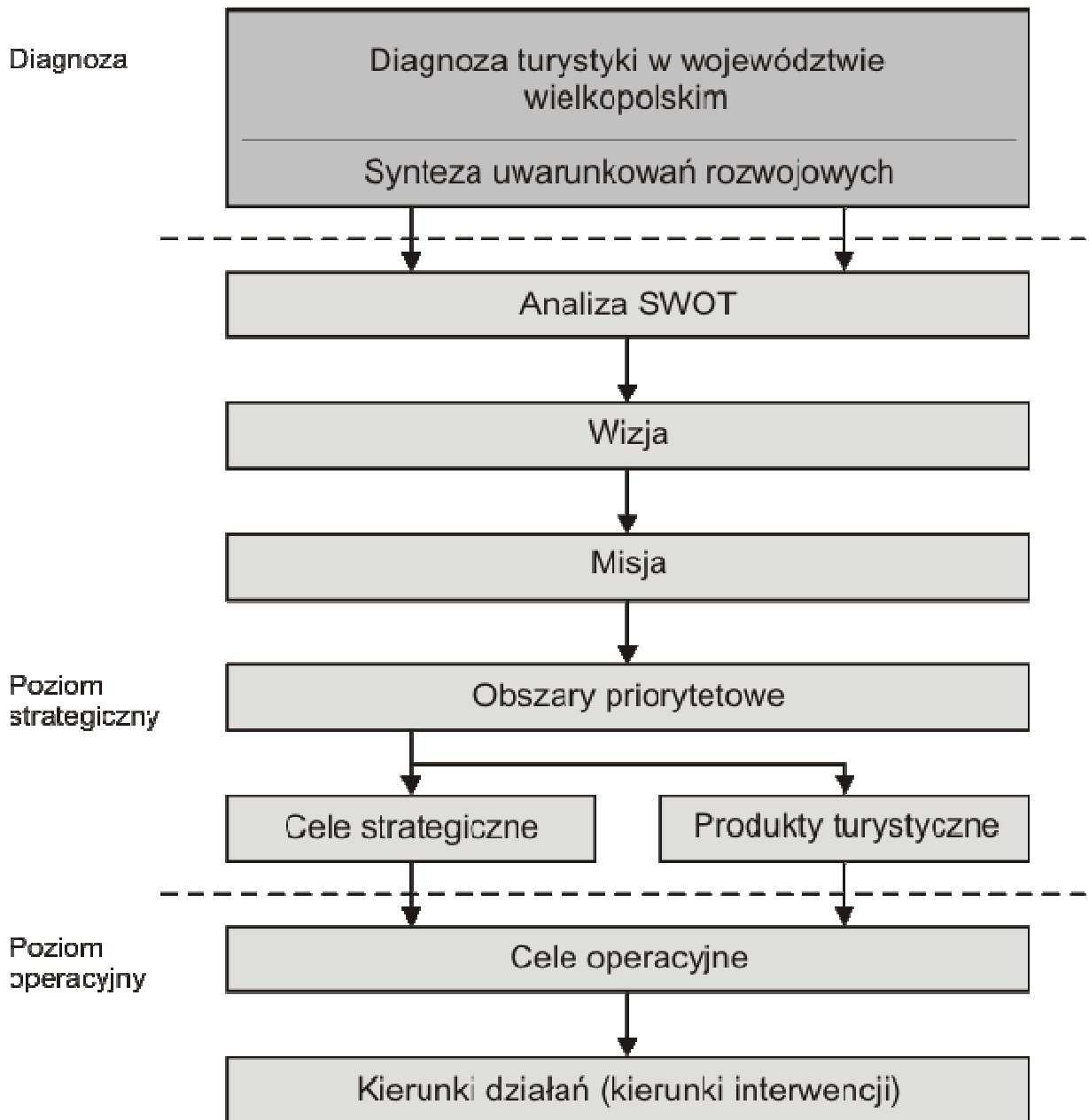
Rozwój turystyki, jako dziedziny skupiającej aktywności w obszarze wykorzystania potencjałów dla budowy atrakcyjnego produktu turystycznego regionu, związany jest z wymogami w zakresie ochrony środowiska, zrównoważonego i innowacyjnego rozwoju oraz powiązany z polityką gospodarczą regionu.

Przyjęte obszary priorytetowe pozwoliły na określenie dla każdego z nich konkretnych celów strategicznych, celów operacyjnych i kierunków interwencji (kierunków działań). Dla każdego celu strategicznego wskazano miary jego osiągnięcia oraz określono potencjalne źródła finansowania działań zmierzających do jego realizacji.

Niektóre kierunki działań powtarzają się przy omawianiu konkretnych celów operacyjnych, przenikają się i uzupełniają. Podobnie rzecz ma się z proponowanymi miarami (wskaźnikami) osiągania celów, czy wreszcie z potencjalnymi źródłami finansowania. Jest to działanie celowe, wynikające z przyjętego w Strategii układu, wskazującego cztery, wzajemnie przenikające się, obszary priorytetowe.

Przyjęte cele strategiczne nawiązują bezpośrednio do *Strategii rozwoju województwa wielkopolskiego do 2020 roku. Wielkopolska 2020* i określonych w tym dokumencie celów strategicznych i operacyjnych. Uwzględniono również inne dokumenty strategiczne przygotowane na poziomie samorządu województwa, takie jak: *Regionalna Strategia Innowacji dla Wielkopolski na lata 2015-2020*, *Strategia Polityki Społecznej dla Województwa Wielkopolskiego do 2020 roku*, *Plan zagospodarowania przestrzennego województwa wielkopolskiego*, *Strategia Promocji Gospodarczej Województwa Wielkopolskiego na lata 2010-2020* itp.

Ryc. 2 Poziomy strategiczne i operacyjne Strategii



Źródło: opracowanie własne

Zbiorcze zestawienie celów strategicznych i operacyjnych, przedstawionych szczegółowo w dalszej części Strategii, zawarto w tabeli 4.

Tab. 4 Zestawienie obszarów priorytetowych oraz celów strategicznych i operacyjnych

Obszary priorytetowe Strategii	Cele strategiczne	Cele operacyjne
I. PRODUKTY TURYSTYCZNE	CEL STRATEGICZNY I.1 Rozwój turystyki biznesowej	Cel operacyjny I.1.1 Wzrost atrakcyjności wielkopolskiej oferty turystycznej dedykowanej zagranicznemu turystyce biznesowemu Cel operacyjny I.1.2 Zwiększenie liczby spotkań międzynarodowych o charakterze biznesowym Cel operacyjny I.1.3 Zwiększenie synergii pomiędzy turystyką biznesową i innymi formami turystyki w regionie Cel operacyjny I.1.4 Wzrost znaczenia turystyki biznesowej o randze krajowej i regionalnej
	CEL STRATEGICZNY I.2 Rozwój produktów turystyki kulturowej	Cel operacyjny I.2.1 Rozwój szlaków turystyki kulturowej, w szczególności Szlaku Piastowskiego Cel operacyjny I.2.2 Zachowanie dziedzictwa kulturowego dla przyszłych pokoleń Cel operacyjny I.2.3 Propagowanie rozwoju turystyki kulturowej Cel operacyjny I.2.4 Poprawa dostępu do informacji o obiektach i wydarzeniach kulturalnych Cel operacyjny I.2.5 Rozwój i promocja kulinarnego dziedzictwa regionu
	CEL STRATEGICZNY I.3 Rozwój produktów turystyki przyrodniczej	Cel operacyjny I.3.1 Wspieranie działań w zakresie zrównoważonego rozwoju turystyki przyrodniczej Cel operacyjny I.3.2 Rozwijanie oferty działań edukacyjnych turystyki przyrodniczej
	CEL STRATEGICZNY I.4 Rozwój turystyki aktywnej	Cel operacyjny I.4.1 Rozwój Wielkiej Pętli Wielkopolski Cel operacyjny I.4.2 Rozwój Wielkopolskiego Systemu Szlaków Rowerowych Cel operacyjny I.4.3 Poprawa stanu infrastruktury turystycznej dla rozwoju turystyki aktywnej i rekreacji Cel operacyjny I.4.4 Współpraca na rzecz rozwoju, poprawy jakości i bezpieczeństwa turystyki aktywnej Cel operacyjny I.4.5 Kompleksowe i innowacyjne działania promocyjne w zakresie turystyki aktywnej Cel operacyjny I.4.6 Poprawa stanu środowiska przyrodniczego, w tym poziomu wód w akwenach, rzekach i ciekach wodnych
	CEL STRATEGICZNY I.5 Rozwój produktów turystyki wiejskiej	Cel operacyjny I.5.1 Wzrost atrakcyjności produktów turystyki wiejskiej Cel operacyjny I.5.2 Intensyfikacja działalności informacyjno-promocyjnej

Strategia rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku

Obszary priorytetowe Strategii	Cele strategiczne	Cele operacyjne
		<p>Cel operacyjny I.5.3 Podnoszenie jakości usług świadczonych przez obiekty turystyki wiejskiej</p>
<p>II. KAPITAŁ LUDZKI</p>	<p>CEL STRATEGICZNY II.1 Tworzenie nowych miejsc pracy w gospodarce turystycznej</p>	<p>Cel operacyjny II.1.1 Rozwój nowoczesnego systemu organizacji rynku pracy w gospodarce turystycznej</p> <p>Cel operacyjny II.1.2 Wspieranie i promocja postaw przedsiębiorczych i kreatywnych w gospodarce turystycznej</p>
	<p>CEL STRATEGICZNY II.2 Podnoszenie kompetencji kadr gospodarki turystycznej</p>	<p>Cel operacyjny II.2.1 Wspieranie wysokiej jakości programów edukacyjnych w turystyce</p> <p>Cel operacyjny II.2.2 Rozwój systemu szkoleń podnoszących kwalifikacje zawodowe</p>
	<p>CEL STRATEGICZNY II.3 Tworzenie warunków sprzyjających współpracy w gospodarce turystycznej</p>	<p>Cel operacyjny II.3.1 Tworzenie przyjaznych warunków do rozwoju nowoczesnego biznesu turystycznego i okołoturystycznego, w szczególności małych i średnich przedsiębiorstw</p> <p>Cel operacyjny II.3.2 Wsparcie współpracy podmiotów gospodarki turystycznej regionu</p>
<p>III. NOWE TECHNOLOGIE</p>	<p>CEL STRATEGICZNY III Wykorzystanie technologii informacyjno-komunikacyjnych w promocji i dystrybucji produktów turystycznych</p>	<p>Cel operacyjny III.1 Rozbudowa i integracja turystycznych treści w przestrzeni wirtualnej</p> <p>Cel operacyjny III.2 Wprowadzenie rozwiązań z zakresu nowych technologii do zarządzania regionem turystycznym</p>
<p>IV. INFRASTRUKTURA</p>	<p>CEL STRATEGICZNY IV.1 Poprawa stanu infrastruktury zwiększającej dostępność przestrzeni turystycznej województwa</p>	<p>Cel operacyjny IV.1.1 Wsparcie rozwoju infrastruktury turystycznej podnoszącej jakość obsługi</p> <p>Cel operacyjny IV.1.2 Poprawa dostępności infrastruktury turystycznej, w tym dla osób z niepełnosprawnością</p>
	<p>CEL STRATEGICZNY IV.2 Wzrost ilościowy i jakościowy bazy noclegowej</p>	<p>Cel operacyjny IV.2.1 Zwiększenie stopnia wykorzystania istniejącej bazy noclegowej</p> <p>Cel operacyjny IV.2.2 Wspieranie inwestycji w infrastrukturę noclegową na obszarach o dużej atrakcyjności i niedostatecznym zagospodarowaniu turystycznym</p>

5.1 Obszar priorytetowy I Produkty turystyczne

Jednym z najistotniejszych elementów *Strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku* jest dalsza, skuteczna promocja istniejących już markowych produktów turystycznych oraz subregionów i miejscowości o funkcjach turystycznych na krajowym i międzynarodowym rynku, a także wykreowanie nowych produktów i obszarów, które mogą stać się istotnym elementem dalszego rozwoju wielkopolskiej turystyki.

Biorąc pod uwagę przedstawioną w części diagnostycznej analizę konkurencyjności województwa wielkopolskiego oraz atrakcyjność turystyczną poszczególnych powiatów i gmin, a co za tym idzie ocenę istniejących już markowych produktów turystycznych, przyjęto, iż do roku 2020 województwo wielkopolskie ma szanse konkurować z innymi regionami w kraju i za granicą w zakresie następujących form turystyki:

- a) turystyka biznesowa,
- b) turystyka kulturowa,
- c) turystyka przyrodnicza,
- d) turystyka aktywna,
- e) turystyka na obszarach wiejskich³.

Dla wyżej wymienionych form turystyki określono cele operacyjne oraz zakres koniecznych kierunków działań (kierunków interwencji), w tym także w zakresie promocji, które pozwolą na rozwój tychże produktów na konkurencyjnym rynku turystycznym.

³ przedstawiona kolejność form turystyki (a tym samym kolejność celów strategicznych w obszarze priorytetowym I Produkty turystyczne) ma charakter porządkowy - nie stanowi ich gradacji.

5.1.1 Rozwój produktów dla turystyki biznesowej

CEL STRATEGICZNY I.1 ROZWÓJ TURYSTYKI BIZNESOWEJ

W ramach poszczególnych segmentów rynku turystyki biznesowej obserwuje się trend łączenia aktywności zorientowanych na pracę z aktywnością zorientowaną na wypoczynek w ramach pobytu służbowego. Aktywność ta przybiera formę przedłużania pobytu przed lub po imprezie, uczestnictwa osób towarzyszących, uczestniczenia w programie dodatkowym, wykorzystania czasu „po godzinach” oraz powrotu do miejsca docelowego w przyszłości w celach rekreacyjnych. Z tego też względu ważnym elementem oferty turystyki biznesowej, wpływającym na motyw podjęcia podróży, powinny być pakiety kulturowe i rekreacyjne przygotowane specjalnie dla poszczególnych segmentów. W związku z tym zidentyfikowane zostały trzy możliwości realizacji celu strategicznego polegającego na rozwoju produktów o randze międzynarodowej dla turystyki biznesowej:

1. Organizacja na terenie Wielkopolski spotkań biznesowych o randze międzynarodowej (kongresy, spotkania i wydarzenia biznesowe, a także szkolenia, spotkania i pobyty korporacyjne).
2. Obsługa międzynarodowego ruchu biznesowego emitowanego przede wszystkim z Poznania w atrakcyjnych regionach Wielkopolski.
3. Ułatwienia dotyczące lokowania kapitału zagranicznego na obszarze Wielkopolski.

Mając to na uwadze, w ramach celu strategicznego dotyczącego turystyki biznesowej, sformułowane zostały następujące **CELE OPERACYJNE**:

1. Cel operacyjny I.1.1 - Wzrost atrakcyjności wielkopolskiej oferty turystycznej dedykowanej zagranicznemu turyście biznesowemu.
2. Cel operacyjny I.1.2 - Zwiększenie liczby spotkań międzynarodowych o charakterze biznesowym.
3. Cel operacyjny I.1.3 - Zwiększenie synergii pomiędzy turystyką biznesową i innymi formami turystyki w regionie.

Turystyka biznesowa rozwija się głównie wokół centrów gospodarczo-społecznych regionu oraz na obszarach atrakcyjnych i predestynowanych do pełnienia funkcji usługowej dla sfery biznesu ze względu na rozwiniętą bazę gastronomiczno-noclegową oraz możliwości szybkiego dotarcia (dobre skomunikowanie). Atrakcyjność Wielkopolski na rynku turystyki biznesowej jest przede wszystkim pochodną jej potencjału gospodarczego, ogólnego wizerunku na arenie krajowej i międzynarodowej

oraz dobrej dostępności komunikacyjnej. Wynika z tego, że dynamika rozwoju tego produktu w najbliższych latach będzie wyznacznikiem skuteczności realizacji nie tylko zadań odnoszących się bezpośrednio do sfery turystyki, ale także innych celów *Strategii rozwoju województwa wielkopolskiego do 2020 roku. Wielkopolska 2020*.

Wielkopolska to nie tylko metropolia poznańska, ale również pozostałe obszary miejskie, dobrze rozwinięte gospodarczo jak Leszno, Konin, Piła czy aglomeracja Kalisz-Ostrów Wielkopolski, gdzie dzięki sile ekonomicznej rozwijają się zjawiska z zakresu turystyki biznesowej o randze krajowej i regionalnej. Dobrym przykładem może być także powiat kępiński, najdalej oddalony od miasta wojewódzkiego, a drugi w Polsce pod względem najniższego bezrobocia (za Poznaniem), z liczbą ponad 600 zakładów tylko z branży meblarskiej, tworzących strukturę klastrową, współpracujących z podmiotami nie tylko z Polski, ale i Europy. Z oczywistych względów w miejscach takich zgłaszany jest popyt na kompleksowe usługi biznesowe.

W związku z rozwojem tych zjawisk należy zaznaczyć, że planowanie strategiczne rozwoju turystyki biznesowej w województwie wielkopolskim nie może ograniczać się tylko do Poznania czy metropolii poznańskiej, które jakkolwiek stanowią podstawę budowy produktu markowego, nie są jedynymi obszarami uwzględnionymi w Strategii. Mając na uwadze potencjał całego województwa, warto więc wskazać działania, które wzmocniłyby możliwości rozwoju w Wielkopolsce turystyki biznesowej o randze krajowej i regionalnej. Pomimo, iż zjawiska z zakresu turystyki biznesowej o randze międzynarodowej przenikają się na wielu płaszczyznach z turystyką o randze krajowej i regionalnej, zasadne wydaje się sformułowanie czwartego celu operacyjnego:

4. Cel operacyjny I.1.4 - Wzrost znaczenia turystyki biznesowej o randze krajowej i regionalnej.

Czwarty cel operacyjny ma charakter produktowy i można go traktować w kategorii subproduktu z zakresu turystyki biznesowej dla całego województwa. W kontekście celu czwartego istotny jest fakt, że realizacja zadań dla wcześniej postawionych celów operacyjnych I.1.1 – I.1.3, będzie przyczyniać się w sposób istotny także do jego osiągnięcia. Wynika to z istoty procesów rozwojowych w gospodarce turystycznej, a także z komplementarnego charakteru produktów i usług wchodzących w skład produktu turystyki biznesowej zarówno dla turystów zagranicznych, jak i krajowych. Powinno być to zresztą zrozumiałe, gdyż efektywny rozwój markowego produktu z zakresu turystyki biznesowej o randze międzynarodowej w oczywisty sposób przyczynia się do rozwoju turystyki biznesowej o randze krajowej czy regionalnej.

Warto również podkreślić, że nie można lekceważyć rozwoju tego zjawiska nawet na poziomie regionalnym, gdyż zaspokajanie potrzeb mieszkańców własnego województwa związanych z motywem biznesowym przyczynia się do wzmocnienia lokalnych struktur

gospodarczych w zakresie turystyki i nie powoduje odpływu środków pieniężnych, co daje wymierne efekty ekonomiczne. Często zapomina się o tym, nie przywiązując należytej wagi do tzw. rubieży województw, zostawiając procesy rozwojowe bez odpowiedniego wsparcia i pozwalając tym samym na przejście efektów ekonomicznych przez sąsiednie obszary.

Cel operacyjny I.1.1

Wzrost atrakcyjności wielkopolskiej oferty turystycznej dedykowanej zagranicznemu turyście biznesowemu

Turystyka biznesowa jest wielkim i dynamicznie rozwijającym się obszarem turystyki. Na tak zwany przemysł spotkań przypada 30% światowych obrotów w branży turystycznej. Jest ona w relatywnie mniejszym stopniu uzależniona od ogólnej atrakcyjności turystycznej obszaru, która jest czynnikiem istotnym, ale nie decydującym o jej potencjale, ale od koncentracji przestrzennej innych funkcji społeczno-gospodarczych, jak funkcja handlowa, przemysłowa, naukowa, administracyjna, a także specjalistycznej infrastruktury (obiekty wystawiennicze, ośrodki konferencyjne i centra kongresowe, wielkoformatowe obiekty noclegowe itp.) oraz dostępności komunikacyjnej. Z punktu widzenia efektów ekonomicznych dla województwa wielkopolskiego istotny jest rozwój tego zjawiska na poziomie międzynarodowym, co oznacza wzrost przyjazdów turystów zagranicznych o motywach biznesowych. Dynamika rozwoju tego procesu jest jednak uzależniona od wielu czynników, w tym od szeroko rozumianej atrakcyjności oferty turystycznej dedykowanej turyście biznesowemu. W związku z tym należy podejmować działania, które będą miały na celu stopniowy wzrost atrakcyjności takiej oferty.

Cel ten realizowany powinien być przede wszystkim przez następujące kierunki działań:

1. Rozwój infrastruktury służącej organizacji spotkań oraz poprawa dostępności komunikacyjnej:
 - rozbudowa i modernizacja infrastruktury konferencyjnej i kongresowej oraz infrastruktury towarzyszącej, w szczególności Międzynarodowych Targów Poznańskich,
 - tworzenie nowych, wielofunkcyjnych przestrzeni publicznych, uwzględniających funkcje obsługi międzynarodowych konferencji i kongresów,
 - szersze wykorzystywanie połączeń lotniczych z Portu Lotniczego Poznań-Ławica przez uczestników międzynarodowych spotkań biznesowych poprzez rozbudowę siatki połączeń międzynarodowych i krajowych,
 - usprawnianie połączeń komunikacyjnych między Portem Lotniczym Poznań-Ławica a centrum Poznania oraz miejscami w Wielkopolsce będącymi gospodarzami międzynarodowych spotkań.

2. Tworzenie podstaw organizacyjnych do rozwoju skonsolidowanej oferty:
 - prowadzenie monitoringu potencjału usługowego z zakresu turystyki targowej i konferencyjnej o randze międzynarodowej – zbieranie szczegółowej informacji na temat możliwości świadczenia usług z zakresu międzynarodowej turystyki biznesowej,
 - stworzenie i aktualizacja bazy obiektów hotelarskich według poszczególnych rodzajów i kategorii,
 - współpraca z organizatorami konferencji, kongresów i spotkań – zapewnianie wsparcia organizacyjnego, merytorycznego, dostarczanie materiałów informacyjnych.
3. Podnoszenie jakości oraz spójności oferty turystyki biznesowej:
 - współdziałanie z podmiotami branży konferencyjnej, kongresowej i strefy towarzyszącej, celem identyfikacji potrzeb i oczekiwań organizatorów i uczestników konferencji, kongresów i spotkań o randze międzynarodowej oraz zapewnienia wysokiego standardu obsługi,
 - mierzenie poziomu satysfakcji i skłonności do ponownych odwiedzin w trakcie imprez biznesowych oraz badanie wizerunku Wielkopolski jako organizatora takich imprez o charakterze międzynarodowym.

Cel operacyjny I.1.2

Zwiększenie liczby spotkań międzynarodowych o charakterze biznesowym

Uczestnictwo w kongresach, spotkaniach i wydarzeniach o randze międzynarodowej wykazuje dużą dynamikę wzrostu. W tym segmencie decydujące znaczenie ma Poznań mogący być jednocześnie emitentem strumienia tego ruchu turystycznego na teren Wielkopolski. Istnieją bowiem szerokie możliwości łączenia tego ruchu z atrakcjami kulturalnymi i rekreacyjnymi. Za istotne uznaje się więc, aby w konsekwentny sposób podejmować działania mające na celu rozwój rynku spotkań międzynarodowych o charakterze biznesowym w Wielkopolsce.

W związku z tym drugi cel operacyjny polega na doprowadzeniu do zwiększenia liczby spotkań międzynarodowych o charakterze biznesowym odbywających się w Wielkopolsce. Osiągnięcie tego celu wymaga realizacji działań z zakresu promocji, współpracy i lobbingu.

Cel ten realizowany powinien być przede wszystkim przez następujące kierunki działań:

1. Działania na rzecz pozyskiwania imprez biznesowych:
 - pozyskiwanie wsparcia środowisk decyzyjnych i opiniotwórczych w celu lobbowania na rzecz organizacji konkretnych wydarzeń,

- podejmowanie współpracy ze środowiskami: naukowym, biznesowym, politycznym i kulturalnym celem pozyskania istotnych z racji rangi, charakteru i liczby uczestników konferencji, kongresów i spotkań,
 - wspieranie osób i instytucji zaangażowanych w pozyskiwanie i organizowanie konferencji, kongresów i spotkań,
 - nawiązywanie i utrzymywanie współpracy z organizatorami imprez biznesowych.
2. Działania na rzecz promocji produktów dla turystyki biznesowej w Wielkopolsce:
- promocja oferty turystyki biznesowej w województwie wielkopolskim wśród miejscowych inwestorów, ośrodków naukowych, firm szkoleniowych oraz organizatorów eventów szkoleniowych,
 - aktywne poszukiwanie organizatorów konferencji, targów, spotkań oraz innych wydarzeń o charakterze międzynarodowym poprzez uczestnictwo w targach branżowych oraz bezpośrednie kontakty handlowe,
 - współpraca z mediami oraz realizowanie akcji informacyjnych/reklamowych,
 - zapewnianie punktów informacji turystycznej podczas konferencji, kongresów oraz innych wydarzeń.

Cel operacyjny I.1.3

Zwiększenie synergii pomiędzy turystyką biznesową i innymi formami turystyki w regionie

Trzeci cel operacyjny polega na tworzeniu oferty z zakresu turystyki kulturowej i aktywnej dla biznesmenów z zagranicy. Oferta ta powinna spełniać dwie role:

- wzbudzić ciekawość i zaspakajać potrzeby turystów biznesowych przyjeżdżających z Poznania (uczestników odbywających się tam targów, konferencji, kongresów).

Zadaniem w tym zakresie będzie skłonienie organizatorów do łączenia części biznesowej z częścią turystyczną (organizacja wycieczek jako integralnej części imprezy), bądź skłonienie biznesmenów do przedłużenia swego pobytu i połączenia imprezy biznesowej z możliwością zwiedzenia Wielkopolski i uczestnictwa w interesujących wydarzeniach kulturalnych, rozrywkowych, czy sportowych,

- stworzyć i zaproponować takie warunki i klimat dla organizatorów i uczestników spotkań biznesowych, które zachęcą ich do organizacji spotkań poza Poznaniem – w atrakcyjnych rejonach Wielkopolski.

Cel ten realizowany powinien być przede wszystkim przez następujące kierunki działań:

1. Tworzenie ofert turystycznych dla biznesmenów „emitowanych” z Poznania:
 - rozbudowa oraz podnoszenie atrakcyjności oferty turystycznej (kulturowej i rekreacyjnej) dedykowanej turystom oraz uczestnikom kongresów, konferencji i spotkań organizowanych przede wszystkim w Poznaniu, z uwzględnieniem organizacyjnych rozwiązań o charakterze multifunkcyjnym, ułatwiającym korzystanie z oferty,
 - współdziałanie podmiotów sfery kultury z podmiotami branży spotkań celem tworzenia unikatowych ofert,
 - stworzenie bazy dostawców usług dla turystów biznesowych emitowanych z Poznania (organizatorzy wydarzeń, przewodnicy turystyczni, atrakcje turystyczne, wypożyczalnie samochodów itp.),
 - zapewnianie punktów informacji turystycznej podczas konferencji, kongresów oraz innych wydarzeń odbywających się w Poznaniu o atrakcjach wybranych obszarów Wielkopolski,
 - dostarczanie organizatorom informacji o możliwościach przedłużenia pobytu – dodatkowych atrakcjach dla uczestników spotkań, konferencji czy targów,
2. Inspirujące przestrzenie spotkań (technie historii, sztuki współczesnej i unikatowego klimatu):
 - tworzenie oferty nietypowych miejsc spotkań biznesowych w Wielkopolsce – włączenie przestrzeni i obiektów pełniących zróżnicowane funkcje (kulturalne, sportowe, zabytkowe, przemysłowe i poprzemysłowe, rozrywkowe i inne) jako miejsc organizacji spotkań,
 - tworzenie kompleksowej oferty wybranych obszarów Wielkopolski w zakresie turystyki korporacyjnej (szkolenia, warsztaty, wyjazdy integracyjne) – połączenie usług obiektów noclegowo-konferencyjnych oraz centrów szkoleniowych z ofertą imprez towarzyszących takich jak: wydarzenia sportowe, formy aktywnego uczestnictwa, wydarzenia kulturalne oraz wycieczki krajoznawcze,
 - opracowywanie ofert tzw. programów dodatkowych (rekreacyjno-rozrywkowych i kulturowych) skierowanych do organizatorów konferencji poprzez kojarzenie usługodawców.

Cel operacyjny I.1.4

Wzrost znaczenia turystyki biznesowej o randze krajowej i regionalnej

W odniesieniu do turystyki biznesowej o randze krajowej i regionalnej największy potencjał rozwojowy istnieje dla rozwoju następujących segmentów:

1. Indywidualne podróże służbowe – duży i najbardziej zróżnicowany segment odbiorców. Popyt turystyczny ma charakter pochodny i nie do końca zależny od atrakcyjności turystycznej. Bardziej istotne są kwestie dotyczące działalności i aktywności gospodarczej. W kontekście rozwoju turystyki biznesowej o randze krajowej i regionalnej należy się spodziewać stałego wzrostu ze względu na wysoki poziom przedsiębiorczości w wielu regionach Wielkopolski oraz dynamiczny przebieg procesów ekonomicznych.
2. Rynek konferencji i spotkań o randze krajowej i regionalnej (z wyłączeniem wielkich kongresów i spotkań o randze międzynarodowej) – duży potencjał rozwoju w województwie związany z aktywnością przedsiębiorstw prywatnych oraz rosnącą aktywnością instytucji, uczelni wyższych (nie tylko w Poznaniu) oraz samorządów. Istnieje niewykorzystany potencjał rozwojowy.
3. Pobyty korporacyjne (szkolenia, spotkania, spotkania firmowe, rozrywka korporacyjna) – wskazuje się, że jest to stabilny i dojrzały rynek, który należy w odpowiedni sposób zagospodarować, nie pozwalając na nadmierny odpływ tego rodzaju eventów poza województwo. Jego wielkość zależy nie tylko od liczby odbiorców zewnętrznych (turystyka korporacyjna), ale także popytu na eventy zgłaszanego przez firmy zlokalizowane w Wielkopolsce – im większy przyrost liczby przedsiębiorstw i ich głównych central, tym większy wzrost segmentu rynku. Ponieważ obsługa tego segmentu oparta jest przede wszystkim na średnich i małych obiektach konferencyjnych, możliwy jest jego rozwój o randze krajowej i regionalnej na obszarze całego województwa.
4. Podróże motywacyjne – to niewielki segment rynku, jednak biorąc pod uwagę liczbę przedsiębiorstw w Wielkopolsce, należy stworzyć ofertę skierowaną do firm i umożliwić pozostawianie środków w województwie. W kontekście redukcji kosztów w przedsiębiorstwach zgłaszających popyt na wyjazdy motywacyjne, obszar województwa wielkopolskiego stanowi niewykorzystany dotąd potencjał ze względu na interesujące walory turystyczne, stosunkowo niewielkie odległości i dobrą infrastrukturę komunikacyjną.

Niezależnie od segmentu, turyści korzystający z oferty turystyki biznesowej o randze krajowej i regionalnej oczekują spełnienia konkretnych wymagań: wysokiej jakości (niekoniecznie standardu) oferowanych usług podstawowych i uzupełniających, wygody, funkcjonalności i niezawodności (w odniesieniu do usług, rozwiązań komunikacyjnych oraz programów pobytowych), wiarygodności działań marketingowych. Za istotne należy uznać także gotowość do szybkiego rozwiązania pojawiających się problemów organizacyjnych.

Cel ten realizowany powinien być przede wszystkim przez następujące kierunki działań:

1. Identyfikacja obszarów w województwie wielkopolskim szczególnie prorozwojowych w zakresie turystyki biznesowej, obejmująca analizę atrakcyjności turystycznej oraz analizę atrakcyjności

ekonomicznej obszaru województwa dla celów rozwoju turystyki biznesowej o randze krajowej i regionalnej.

2. Promocja województwa wielkopolskiego jako regionu przygotowanego dla turystyki biznesowej (Internet, prasa, magazyny branżowe).
 - przygotowanie i upowszechnianie katalogu dostawców usług i infrastruktury w zakresie turystyki biznesowej obejmującego całe województwo,
 - przygotowywanie i dystrybucja materiałów promocyjnych zawierających ofertę organizacji spotkań biznesowych na terenie województwa o randze krajowej i regionalnej,
 - nawiązywanie i utrzymywanie współpracy z mediami oraz realizacja wizyt studyjnych dla dziennikarzy promujących walory turystyczne Wielkopolski,
 - promowanie łączenia turystyki biznesowej z kulturą i aktywną na obszarze całego województwa.
3. Podejmowanie współpracy z organizatorami konferencji, kongresów i spotkań.
 - zapewnianie wsparcia organizacyjnego, dostarczanie materiałów informacyjnych,
 - współdziałanie z podmiotami branży konferencyjnej, kongresowej i strefy towarzyszącej, celem identyfikacji potrzeb i oczekiwań organizatorów i uczestników konferencji, kongresów i spotkań oraz zapewnienia wysokiego standardu obsługi,
 - merytoryczne wsparcie i doradztwo lokalnym podmiotom w zakresie pozyskiwania i organizacji imprez z zakresu turystyki biznesowej,
 - współpraca ze środowiskiem naukowym, biznesowym, politycznym i kulturalnym, celem pozyskania istotnych z racji rangi, charakteru i liczby uczestników konferencji, kongresów i spotkań w całym województwie wielkopolskim.

Miarami osiągnięcia celu strategicznego będą przede wszystkim następujące WSKAŹNIKI:

- wartość wskaźnika Schneidera (dane GUS)⁴,
- wartość wskaźnika Charvata (dane GUS)⁵,
- gęstość obiektów noclegowych (dane GUS),
- udział turystów zagranicznych ogółem w ogólnej liczbie turystów (w %; dane GUS),
- udział przyjazdów turystów zagranicznych do województwa wielkopolskiego w celach służbowych/interesach (w %, dane Instytutu Turystyki),

⁴ **Wskaźnik Schneidera** - wskaźnik intensywności ruchu turystycznego, wyrażony liczbą turystów korzystających z noclegów, przypadającą na 1000 mieszkańców stałych.

⁵ **Wskaźnik Charvata** - wskaźnik nasycenia bazą turystyczną, wyrażony liczbą miejsc noclegowych przypadających na km² powierzchni całkowitej.

- udział przyjazdów turystów krajowych do województwa wielkopolskiego w celach służbowych (w %, dane Instytutu Turystyki),
- noclegi udzielone turystom zagranicznym w turystycznych obiektach noclegowych (dane GUS),
- liczba zorganizowanych spotkań/wydarzeń (dane z rankingu stowarzyszenia ICCA).

Potencjalne ŹRÓDŁA FINANSOWANIA kierunków działań wskazanych w celach operacyjnych:

- budżet województwa wielkopolskiego,
- środki z Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020 (Działanie 1.4 Internacjonalizacja gospodarki regionalnej, Działanie 1.5 Wzmocnienie konkurencyjności przedsiębiorstw, Działanie 3.1 Wytwarzanie i dystrybucja energii ze źródeł odnawialnych, Działanie 4.4 Zachowanie, ochrona, promowanie i rozwój dziedzictwa naturalnego i kulturowego, Działanie 6.2 Aktywizacja zawodowa, Działanie 9.2 Rewitalizacja obszarów problemowych),
- środki własne samorządów lokalnych z obszarów predestynowanych dla rozwoju turystyki biznesowej,
- środki własne Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej,
- środki własne przedsiębiorstw z branż tworzących sektor turystyki biznesowej,
- środki własne przedsiębiorstw branży turystycznej i paraturystycznej,
- środki innych partnerów zaangażowanych w osiągnięcie celu strategicznego.

5.1.2 Rozwój produktów dla turystyki kulturowej

CEL STRATEGICZNY I.2

ROZWÓJ PRODUKTÓW TURYSTYKI KULTUROWEJ

Wielkopolska posiada znaczący potencjał rozwoju turystyki kulturowej. W regionie nie ma co prawda obiektów wpisanych na Listę Światowego Dziedzictwa Kulturalnego i Naturalnego UNESCO, jednak znajduje się tu szereg obiektów i szlaków, które utrwaliły się w powszechnej świadomości i mają duże znaczenie dla dziedzictwa kulturowego Polski.

Kluczową rolę odgrywa tu Szlak Piastowski, nie tylko ze względu na jego szeroką rozpoznawalność, ale również działania zmierzające do jego uporządkowania i restytucji. Walory historyczne i kulturowe Szlaku Piastowskiego predysponują go do rangi wiodącego produktu turystyki kulturowej w Wielkopolsce, nawet o randze międzynarodowej. Do innych znaczących tras zaliczyć należy: trzy trasy Drogi św. Jakuba, Szlak Cysterski, Europejski Szlak Romański oraz Szlak Bursztynowy. Nie bez znaczenia są również produkty wyróżnione (dotychczas i w przyszłości) certyfikatem Polskiej Organizacji Turystycznej, do których w chwili obecnej należą:

- Muzeum Rolnictwa i Przemysłu Rolno-Spożywczego w Szreniawie,
- Jaszkowo – Centrum Hippiki,
- Parowozownia Wolsztyn,
- Międzynarodowy Festiwal Teatralny „MALTA”,
- Kłodawska Podziemna Trasa Turystyczna,
- Centrum Sztuki i Biznesu Stary Browar,
- OLANDIA – Centrum Konferencyjne i Skansen Olenderski,
- Szlak Piastowski,
- Turystyka kolejowa Turkol.pl,
- Wybierz Kalisz na weekend,
- Brama Poznania ICHOT,
- Wielka Pętla Wielkopolski (w kontekście intensyfikacji wykorzystania atrakcji kulturowych przez turystów wodniaków).

Istotną rolę odgrywają również inne obiekty turystyki kulturowej, a także (ciesząca się coraz większą popularnością) tradycyjna, regionalna kuchnia.

Aby optymalnie wykorzystać potencjał województwa w zakresie rozwoju produktów turystyki kulturowej w ramach celu strategicznego wyznaczono następujące **CELE OPERACYJNE**:

Cel operacyjny I.2.1

Rozwój szlaków turystyki kulturowej, w szczególności Szlaku Piastowskiego

Szlaki kulturowe województwa uwypuklają znaczenie regionu dla kształtowania się państwowości polskiej w wiekach średnich. Potwierdzają proces włączania się monarchii piastowskiej w krąg kultury łacińskiej, a leżące na nich obiekty są świadectwem formowania się zachodnioeuropejskiej wspólnoty.

Wiele szlaków ma szansę stać się atrakcyjnymi produktami turystycznymi, jednak by tak się stało, należy podjąć wysiłki w celu zwiększenia ich atrakcyjności turystycznej (podjęta waloryzacja Szlaku Piastowskiego wyznacza odpowiednie standardy w tym względzie). Konieczna jest m. in. weryfikacja, pod względem kulturowym i historycznym, obiektów leżących na szlakach, widoczne ich oznakowanie, zwiększenie dostępności dla turystów, a także podjęcie zintensyfikowanej działalności promocyjnej.

Cel ten realizowany powinien być przede wszystkim przez następujące kierunki działań:

1. Kontynuacja i wzmacnianie działań na rzecz uporządkowania i restytucji Szlaku Piastowskiego jako wiodącego szlaku turystyki kulturowej w Wielkopolsce.
2. Uporządkowanie pozostałych istniejących szlaków turystyki kulturowej, zwłaszcza powiązanych ze Szlakiem Piastowskim.
3. Wspieranie tworzenia tematycznych szlaków kulturowych.
4. Odpowiednie oznakowanie turystyczne szlaków kulturowych i obiektów na szlakach.
5. Rozwój ogólnodostępnej infrastruktury wokół obiektów położonych na szlakach (m.in. tablice informacyjne, elementy małej architektury).
6. Lobbing na rzecz zwiększania dostępności obiektów znajdujących się na szlakach (np. stałe godziny otwarcia obiektów, poprawa realnej dostępności dla zwiedzających – dotyczy zwłaszcza obiektów znajdujących się w mniejszych miejscowościach).
7. Zwiększanie dostępności obiektów na szlakach dla potrzeb osób z niepełnosprawnością oraz osób starszych (zaplanowanie i realizacja kompleksowego oznakowania szlaków kulturowych pod względem ich dostępności dla poszczególnych grup osób niepełnosprawnych): oznakowanie miejsc i infrastruktury turystycznej, uwzględnianie informacji o dostępności miejsc i obiektów w ofercie zamieszczanej w Internecie i materiałach reklamowych, rozwijanie oferty adresowanej do poszczególnych grup osób niepełnosprawnych (np. sensorycznej dla osób niewidomych).

8. Podnoszenie poziomu wiedzy i informacji o historii oraz wartości kulturowej obiektów znajdujących się na szlakach, np. poprzez: uaktualnianie informacji uwzględniających obecny stan badań naukowych, aktualizację stron internetowych zarządzanych przez Wielkopolską Organizację Turystyczną, dążenie do zamieszczania aktualnych informacji na ogólnopolskich i zagranicznych stronach internetowych dotyczących turystyki kulturowej w Wielkopolsce, sukcesywne wydawanie materiałów promocyjnych, również w językach obcych.
9. Zwiększanie liczby wydarzeń kulturalnych na szlakach, redakcja kalendarza imprez oraz koordynacja chronologiczna ich realizacji tak, by - w miarę możliwości - nie nakładały się na siebie.
10. Zwiększanie atrakcyjności szlaków dla turystyki rodzinnej, zaangażowanie w tworzenie oferty skierowanej do dzieci i młodzieży.

Cel operacyjny I.2.2

Zachowanie dziedzictwa kulturowego dla przyszłych pokoleń

W przypadku obiektów dziedzictwa (zarówno kulturowego, jak i przyrodniczego) eksploatację turystyczną należy połączyć z działaniami zmierzającymi do ich ochrony i zachowania dla przyszłych pokoleń. Stanowią one bowiem depozyt cywilizacyjny, który musi zostać zachowany dla wieków następnych. Zrównoważony rozwój turystyki, oparty na obiektach dziedzictwa kulturowego, jest możliwy i zasadny.

Cel ten realizowany powinien być przede wszystkim przez następujące kierunki działań:

1. Objęcie ewidencją obiektów o znaczącym potencjale turystycznym.
2. Wyznaczanie działań priorytetowych w obszarze ochrony zabytków.
3. Inwestycje w obszarze dziedzictwa kulturowego regionu.
4. Wspieranie inicjatyw objęcia ochroną obiektów o ważnym znaczeniu i potencjale turystycznym.
5. Wspieranie inicjatyw objęcia ochroną terenów sąsiadujących z obiektami kulturowymi o ważnym znaczeniu turystycznym.

Cel operacyjny I.2.3

Propagowanie rozwoju turystyki kulturowej

Rozwój wysokiej jakości produktów turystyki kulturowej wymaga działań podnoszących atrakcyjność oferty. Konieczna jest poprawa dostępności obiektów zarówno pod względem godzin otwarcia, jak również możliwość skorzystania z oferty przez osoby z niepełnosprawnością czy osoby

starsze. Istotne jest również wsparcie turystyki kolejowej w Wielkopolsce, w szczególności Parowozowni Wolsztyn.

Cel ten realizowany powinien być przede wszystkim przez następujące kierunki działań:

1. Wspieranie oferty aktywnych form spotkań z kulturą (np. inscenizacje historyczne, archeologia doświadczalna, zwiedzanie fabularyzowane, gry miejskie, questy, geocaching, widowiska).
2. Zgłaszanie produktów turystycznych Wielkopolski do konkursów na szczeblu regionalnym, krajowym i międzynarodowym.
3. Poprawa dostępności obiektów turystyki kulturowej dla osób z niepełnosprawnością i osób starszych.
4. Lobbing na rzecz poprawy dostępności obiektów oraz atrakcji turystycznych (np. godziny otwarcia obiektów dla turystów, umożliwienie dojazdu różnymi środkami komunikacji).
5. Działania na rzecz renowacji i wykorzystania dla turystyki linii wąskotorowych oraz niewykorzystanych linii szerokotorowych, drezyn oraz wolsztyńskich parowozów (w tym utworzenie i rozwój instytucji kultury pod nazwą Parowozownia Wolsztyn).

Cel operacyjny I.2.4

Poprawa dostępu do informacji o obiektach i wydarzeniach kulturalnych

Zasoby walorów kulturowych, odpowiednio zagospodarowane i udostępnione na potrzeby ruchu turystycznego, wzbogacone ofertą wydarzeń i imprez, wymagają realizacji kompleksowych działań promocyjnych i informacyjnych.

Cel ten realizowany powinien być przede wszystkim przez następujące kierunki działań:

1. Opracowanie katalogu oferty produktów turystyki kulturowej oraz zamieszczenie go na portalu turystycznym www.wielkopolska.travel zarządzanym przez Wielkopolską Organizację Turystyczną.
2. Wspieranie przepływu informacji na temat wydarzeń kulturalnych w regionie, m.in. poprzez dążenie do umieszczania linku do portalu www.wielkopolska.travel na stronach internetowych miast, powiatów, gmin, organizacji turystycznych oraz punktów informacji turystycznej (w miarę możliwości).
3. Zamieszczanie informacji o dostępności danej oferty dla osób z niepełnosprawnością.
4. Opracowanie, weryfikacja, uaktualnianie i dystrybucja spójnych graficznie materiałów promocyjnych.

Cel operacyjny I.2.5

Rozwój i promocja kulinarnego dziedzictwa regionu

Z uwagi na jeden z istotniejszych dzisiaj trendów w turystyce, związanych z poszukiwaniem autentyczności i cech charakterystycznych odwiedzanych miejsc, regionów czy krajów, warto podkreślić istotną rolę, jaką w kreowaniu wizerunku miejsca odgrywa regionalna kuchnia. W tym kontekście istotny będzie rozwój Sieci Dziedzictwa Kulinarne Wielkopolska, a także realizacja przedsięwzięć promujących wielkopolską kuchnię, najlepszych lokalnych producentów żywności oraz restauracje serwujące tradycyjne, regionalne potrawy.

Realizacja celu wymaga następujących kierunków działań:

1. Wspieranie tworzenia tematycznych szlaków kulinarnych.
2. Wspieranie wydawania i dystrybucji materiałów promocyjnych dla tematycznych szlaków kulinarnych w Wielkopolsce.
3. Promocja członków Sieci Dziedzictwa Kulinarne Wielkopolska oraz włączanie ich oferty w produkty turystyczne województwa wielkopolskiego.

Miarami osiągnięcia celu strategicznego będą przede wszystkim następujące WSKAŹNIKI:

- liczba osób zwiedzających muzea i oddziały (dane GUS),
- liczba osób odwiedzających obiekty na Szlaku Piastowskim (badania własne),
- liczba wejść na stronę internetową www.wielkopolska.travel (badania własne),
- liczba imprez masowych artystyczno-rozrywkowych i interdyscyplinarnych (dane GUS),
- liczba członków Sieci Dziedzictwa Kulinarne Wielkopolska (badania własne).

Potencjalne ŹRÓDŁA FINANSOWANIA kierunków działań wskazanych w celach operacyjnych:

- budżet województwa wielkopolskiego,
- środki Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020 (Działanie 4.4 Zachowanie, ochrona, promowanie i rozwój dziedzictwa naturalnego i kulturowego),
- środki publiczne, w tym środki własne samorządów lokalnych,
- środki własne Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej,
- środki prywatne.

5.1.3 Rozwój produktów dla turystyki przyrodniczej

CEL STRATEGICZNY I.3

ROZWÓJ PRODUKTÓW TURYSTYKI PRZYRODNICZEJ

Walory naturalne województwa, chociaż nie należą do najcenniejszych w kraju, tworzą dobre warunki do rozwoju turystyki przyrodniczej. Ta forma turystyki stanowi ważne uzupełnienie dla turystyki wypoczynkowej, aktywnej, czy wiejskiej. Atrakcje naturalne decydują, bowiem często o motywie przyjazdu na dany obszar oraz charakterze uprawianej turystyki. Z tych też względów turystyka przyrodnicza jest ważnym elementem oferty produktowej regionu i przy odpowiednim przygotowaniu i wsparciu może stanowić o konkurencyjności województwa na tle obszarów sąsiednich.

Wskazane poniżej **CELE OPERACYJNE** akcentują zrównoważone wykorzystanie cennych walorów naturalnych oraz rolę edukacyjną turystyki przyrodniczej:

Cel operacyjny I.3.1

Wspieranie działań w zakresie zrównoważonego rozwoju turystyki przyrodniczej

W przypadku turystyki przyrodniczej motywem podróży jest obserwowanie, poznawanie i bliski kontakt z przyrodą. W tym kontekście w planowaniu rozwoju produktów tej formy turystyki szczególnie ważny jest postulat zrównoważonego rozwoju, a więc osiągnięcia harmonii między potrzebami środowiska naturalnego, lokalnej społeczności i turystów. Priorytetowa jest ochrona środowiska przyrodniczego, a także współpraca podmiotów zaangażowanych w tworzenie i promocję produktów turystyki przyrodniczej. Zasadne jest również dążenie do utworzenia produktu turystyki przyrodniczej o potencjalnej randze międzynarodowej, tj. rozpoznanie możliwości ubiegania się o wpisanie Doliny Noteci na listę światowego dziedzictwa UNESCO.

Cel operacyjny realizowany powinien być przede wszystkim przez następujące kierunki działań:

1. Rozpoznanie uwarunkowań wpisania Doliny Noteci na listę światowego dziedzictwa UNESCO (w tym analiza szans i zagrożeń wynikających z umieszczenia na liście) zakończone podjęciem decyzji (pozytywnej lub negatywnej) o ubieganiu się o wpis.
2. Tworzenie produktów turystyki przyrodniczej na terenie parków narodowych, parków krajobrazowych, rezerwatów przyrody, obszarach Natura 2000 oraz innych obszarach cennych przyrodniczo.

3. Współpraca i uzgadnianie (w miarę możliwości) podejmowanych działań m. in. z jednostkami Lasów Państwowych, Regionalną Dyrekcją Ochrony Środowiska w Poznaniu, dyrekcjami parków narodowych.
4. Wspieranie promocji produktów turystyki przyrodniczej Wielkopolski.

Cel operacyjny I.3.2

Rozwijanie oferty działań edukacyjnych turystyki przyrodniczej

Jedną z ważniejszych funkcji turystyki przyrodniczej jest edukacja przyrodnicza (ekologiczna). Działania edukacyjne prowadzone są m. in. przez dyrekcje parków narodowych, Zespół Parków Krajobrazowych Województwa Wielkopolskiego, Lasy Państwowe, a także w ramach działalności organizacji pozarządowych. Projekty edukacyjne nie tylko zaspokajają potrzeby poznawcze turystów, ale przede wszystkim kształtują postawy proekologiczne oraz właściwy stosunek podróżnych do środowiska naturalnego.

Cel operacyjny realizowany powinien być przede wszystkim przez następujące kierunki działań:

1. Budowa, rozbudowa, modernizacja i doposażenie ośrodków prowadzących działalność w zakresie edukacji ekologicznej.
2. Rozwijanie oferty Ośrodków Edukacji Przyrodniczej w Chalinie i Łądzie.
3. Tworzenie i promowanie ścieżek dydaktycznych, gier terenowych i innych przedsięwzięć mających na celu edukację przyrodniczą w terenie.
4. Współpraca z jednostkami prowadzącymi działania w zakresie turystyki i edukacji przyrodniczej.

Miarami osiągnięcia celu strategicznego będą przede wszystkim następujące WSKAŹNIKI:

- liczba wspartych działań/projektów na obszarach cennych przyrodniczo (badania własne),
- liczba wspartych projektów z zakresu edukacji przyrodniczej (badania własne).

Potencjalne ŹRÓDŁA FINANSOWANIA kierunków działań wskazanych w celach operacyjnych:

- budżet województwa wielkopolskiego,
- Wielkopolski Regionalny Program Operacyjny na lata 2014-2020 (Działanie 4.5 Ochrona przyrody),
- środki własne samorządów lokalnych,
- Fundusz Leśny,
- Ministerstwo Środowiska,

- Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej,
- Wojewódzki Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Poznaniu,
- środki innych partnerów zaangażowanych w osiągnięcie celu strategicznego.

5.1.4 Rozwój produktów dla turystyki aktywnej

CEL STRATEGICZNY I.4

ROZWÓJ TURYSTYKI AKTYWNEJ

Wielkopolska jest atrakcyjnym obszarem kraju z punktu widzenia posiadanych walorów turystycznych, umożliwiających uczestnictwo w różnych formach turystyki. Województwo dysponuje sprzyjającymi warunkami dla rozwoju turystyki aktywnej, w szczególności wszelkich form turystyki wodnej, pieszej, rowerowej, jeździeckiej, a także niszowych form np. turystyki lotniczej. W perspektywie roku 2020 województwo może stać się jednym z wiodących regionów Polski dla wspomnianych form aktywności turystycznej pod następującymi warunkami:

1. dalszej rozbudowy infrastruktury dla turystyki aktywnej,
2. innowacyjnej i skutecznej promocji tej formy turystyki na rynku krajowym i międzynarodowym,
3. tworzenia atrakcyjnych pakietów usług (tzw. pakietów produktowych) przy współpracy lokalnych samorządów i przedsiębiorców, tworzenia ofert turystycznych, zawierających propozycje aktywnego wypoczynku dla turystów biznesowych i kulturowych, grup szkolnych i seniorskich.

Obecnie jedynym markowym produktem turystyki aktywnej województwa jest Wielka Pętla Wielkopolski, której częścią jest polski odcinek Międzynarodowej Drogi Wodnej MDW E70. Produktem o randze krajowej (międzyregionalnej) o znacznym potencjale rozwoju jest również Wielkopolski System Szlaków Rowerowych. Istotną rolę pełni także międzynarodowy szlak R1 (Calais/Boulogne – Sankt Petersburg), przebiegający przez północną część województwa oraz ponadregionalny szlak R9 (Wrocław – Poznań) w południowej części regionu. Wymienione szlaki uzupełnia sieć szlaków lokalnych (pieszych, rowerowych, konnych, wodnych), wytyczonych bądź wyznakowanych przez poszczególne samorzady, organizacje pozarządowe, czy lokalne grupy działania. Województwo posiada również liczne inne obszary atrakcyjne dla rozwoju wszelkich form turystyki aktywnej, penetrowane głównie przez turystów krajowych. Uzasadnia to wskazanie celu strategicznego, jakim jest rozwój turystyki aktywnej. Dla celu tego sformułowane zostały następujące

CELE OPERACYJNE:

Cel operacyjny I.4.1

Rozwój Wielkiej Pętli Wielkopolski

Wielka Pętla Wielkopolski jest bez wątpienia markowym produktem turystycznym województwa, o rosnącej rozpoznawalności wśród turystów. Jak wynika z obserwowanych

w ostatnich latach trendów, mogłaby stać się także istotnym elementem oferty województwa kierowanej do takich segmentów zagranicznej turystyki przyjazdowej, jak np. turystów biznesowych, czy cudzoziemców odwiedzających Wielkopolskę z „typowych” motywów poznawczych (kulturowych).

Mimo rosnącej popularności wśród turystów, w opiniach uczestników Wielka Pętla Wielkopolski postrzegana jest, jako szlak wymagający znaczących działań w sferze inwestycyjnej. Doceniając znaczny wysiłek wielu samorządów i podmiotów prywatnych na rzecz stworzenia nowoczesnej infrastruktury służącej wodniakom (np. mariny w Ślesinie, Czerwonaku, Czarnkowie, Nowym Mieście nad Wartą, Drawsku, Łądzie, zmodernizowane przystanie w wielu miejscowościach), nadal brakuje niezbędnych urządzeń technicznych, takich jak: sanitariaty, stacje paliw, punkty gastronomiczne, placówki usługowo-naprawcze sprzętu pływającego itp. Poprawa infrastruktury technicznej szlaku jest niezbędna dla uczynienia go konkurencyjnym produktem na rynku międzynarodowym.

Wielka Pętla Wielkopolski obejmuje swoim przebiegiem 15 powiatów województwa, w tym Miasto Poznań i Miasto Konin. W rozwój produktu zaangażowane są nie tylko jednostki samorządu terytorialnego, ale również liczne organizacje pozarządowe oraz podmioty prywatne. Konieczne jest zatem prowadzenie współpracy oraz skoordynowanie podejmowanych działań.

Cel operacyjny realizowany powinien być przede wszystkim przez następujące kierunki działań:

1. Poprawa stanu infrastruktury na szlaku Wielkiej Pętli Wielkopolski:
 - modernizowanie istniejących oraz budowa nowych przystani i marin na Noteci oraz Warcie, w szczególności na obszarze metropolii poznańskiej,
 - lobbing na rzecz modernizacji i systematycznej konserwacji śluz na szlaku (z uwzględnieniem w harmonogramach prac sezonu turystycznego) oraz utrzymania drożności szlaku m. in. poprzez prace pogłębiające na zagrożonych odcinkach,
 - współpraca samorządów lokalnych z branżą turystyczną i środowiskami wodniackimi przy lokalizacji nowej infrastruktury na Pętli,
 - modernizowanie i systematyczne kontrolowanie stanu oznakowania turystycznego szlaku.
2. Tworzenie tzw. pakietów produktowych Wielkiej Pętli Wielkopolski oraz ich włączanie w ofertę turystyki biznesowej i kulturowej:
 - opracowywanie wspólnego kalendarza imprez kulturalnych, rekreacyjnych i sportowych na obszarze Wielkiej Pętli Wielkopolski, z uwzględnieniem ofert przygotowywanych przez branżę turystyczną,
 - przygotowywanie i rozpowszechnianie materiałów promocyjnych o Wielkiej Pętli Wielkopolski wśród organizatorów międzynarodowych eventów biznesowych,

- opracowywanie i wdrażanie oferty imprez wodniackich na Wielkiej Pętli Wielkopolski dla uczestników eventów biznesowych i kulturowych, w szczególności odbywających się w miastach położonych przy Pętli.
3. Kontynuacja kompleksowej promocji Wielkiej Pętli Wielkopolski:
 - systematyczne uczestnictwo Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej w międzynarodowych targach turystycznych i wodniackich oraz promocja produktu na tych imprezach,
 - aktualizowanie informacji na istniejących stronach internetowych i aplikacji poświęconej Pętli,
 - systematyczna promocja Pętli w czasie wydarzeń biznesowych, kulturalnych, sportowych mających miejsce w Poznaniu i miejscowościach zlokalizowanych przy szlaku,
 - współpraca regionalnych i lokalnych organizacji turystycznych w działaniach promocyjnych na rzecz Wielkiej Pętli Wielkopolski,
 - współpraca z organizacjami pozarządowymi działającymi w sferze turystyki wodnej,
 - wykorzystywanie nowych technologii do promocji Wielkiej Pętli Wielkopolski, w tym poprawa funkcjonalności aplikacji mobilnej Wielkiej Pętli Wielkopolski oraz jej wzbogacenie o nowe wersje językowe.
 4. Wzbogacanie oferty Wielkiej Pętli Wielkopolski o znaczące, cykliczne imprezy w miejscowościach zlokalizowanych przy szlaku i w jego okolicach (wydarzenia kulturalne, rekreacyjne i sportowe).
 5. Koordynowanie i integrowanie działań samorządów lokalnych, przedsiębiorców i organizacji pozarządowych na rzecz rozwoju i promocji Wielkiej Pętli Wielkopolski.

Cel operacyjny I.4.2

Rozwój Wielkopolskiego Systemu Szlaków Rowerowych

Atrakcyjnym produktem w obszarze turystyki aktywnej jest Wielkopolski System Szlaków Rowerowych (WSSR), certyfikowany przez Polską Organizację Turystyczną w 2004 roku. Na chwilę obecną WSSR posiada rangę krajową (międzyregionalną), jednak przy odpowiednich działaniach inwestycyjnych i promocyjnych ma szansę stać się (w dalszej perspektywie) markowym produktem rangi międzynarodowej. Wymagać to będzie intensywnych działań w zakresie rozwoju infrastruktury rowerowej oraz promocji.

Realizacja celu operacyjnego wymaga następujących kierunków działań:

1. Monitorowanie stanu infrastruktury Wielkopolskiego Systemu Szlaków Rowerowych.

2. Regularne odnawianie oznakowania Wielkopolskiego Systemu Szlaków Rowerowych i dostosowywanie przebiegu szlaków m.in. do zmieniającej się infrastruktury drogowo-komunikacyjnej.
3. Dalszy rozwój systemu szlaków wchodzących w skład Wielkopolskiego Systemu Szlaków Rowerowych.
4. Rozwój infrastruktury towarzyszącej na szlakach rowerowych (m.in. miejsca odpoczynku, stojaki na rowery, punkty serwisowe).
5. Weryfikacja Wielkopolskiego Systemu Szlaków Rowerowych pod kątem oczekiwań i możliwości różnych grup turystów rowerowych.
6. Stworzenie i promocja marki Wielkopolskiego Systemu Szlaków Rowerowych:
 - opracowanie i wdrożenie strategii marki Wielkopolskiego Systemu Szlaków Rowerowych,
 - przygotowanie wydawnictw i opisów Wielkopolskiego Systemu Szlaków Rowerowych, z uwzględnieniem różnych grup turystów rowerowych,
 - opracowanie strony internetowej oraz aplikacji na urządzenia mobilne poświęconej Wielkopolskiemu Systemowi Szlaków Rowerowych.

Cel operacyjny I.4.3

Poprawa stanu infrastruktury turystycznej dla rozwoju turystyki aktywnej i rekreacji

Wyposażenie obszarów recepcji turystycznej w infrastrukturę umożliwiającą uprawianie turystyki aktywnej powinno zaspokajać potrzeby turystów odwiedzających dany region bądź miejscowość, a także służyć lokalnej społeczności do uprawiania różnych form rekreacji. Odpowiedni poziom zagospodarowania turystycznego nie tylko podnosi atrakcyjność turystyczną obszaru, ale również umożliwia „kanalizowanie” ruchu turystycznego i bezpieczne uprawianie turystyki. Rozwój infrastruktury dla turystyki aktywnej wymaga szeregu działań inwestycyjnych oraz koordynacji działań poszczególnych instytucji i samorządów w kierunku uzupełniania sieci szlaków oraz infrastruktury okołoszlakowej.

Niniejszy cel realizowany powinien być przede wszystkim przez następujące kierunki działań:

1. Tworzenie długofalowych programów zagospodarowania turystycznego dla poszczególnych obszarów, szlaków, akwenów.
2. Wspieranie inwestycji w infrastrukturę wypoczynkowo-rekreacyjną.
3. Wspieranie wytyczania, budowy i utrzymania szlaków turystycznych (rowerowych, pieszych, nordic walking, konnych, ścieżek dydaktycznych) wraz z infrastrukturą okołoszlakową.

4. Dostosowanie oznakowania ponadregionalnych szlaków rowerowych R1 i R9 do obowiązujących przepisów.
5. Działania na rzecz budowy nowych i modernizacji istniejących urządzeń infrastruktury wodnej (m.in. przystani, pomostów, śluz, przepustów, kanałów).
6. Wspieranie oznakowania turystycznego szlaków wodnych.
7. Zwiększanie dostępności obiektów rekreacyjnych i turystycznych dla osób z niepełnosprawnością.

Cel operacyjny I.4.4

Współpraca na rzecz rozwoju, poprawy jakości i bezpieczeństwa turystyki aktywnej

Specyficznym uwarunkowaniem rozwoju produktów turystycznych jest konieczność współpracy podmiotów często bardzo różnych pod względem formalno-prawnym. Tylko ich skoordynowane działania dają gwarancję stworzenia atrakcyjnej i kompleksowej oferty, gwarantującej bezpieczne uprawianie turystyki aktywnej. Podmiotami, których współpraca jest istotna dla rozwoju produktów turystyki aktywnej w Wielkopolsce są przede wszystkim:

- Samorząd Województwa Wielkopolskiego,
- jednostki samorządu terytorialnego z terenu województwa wielkopolskiego,
- jednostki samorządu terytorialnego z województw ościennych,
- Generalna Dyrekcja Dróg Krajowych i Autostrad,
- Wielkopolski Zarząd Dróg Wojewódzkich,
- zarządy dróg powiatowych i gminnych,
- Regionalny Zarząd Gospodarki Wodnej w Poznaniu,
- Regionalne Dyrekcje Lasów Państwowych,
- Zespół Parków Krajobrazowych Województwa Wielkopolskiego,
- Dyrekcja Wielkopolskiego Parku Narodowego,
- Dyrekcja Drawieńskiego Parku Narodowego,
- Regionalna Dyrekcja Ochrony Środowiska,
- Wielkopolska Organizacja Turystyczna,
- lokalne organizacje turystyczne i lokalne grupy działania działające na terenie województwa wielkopolskiego oraz sąsiednich województw,
- organizacje pozarządowe,
- podmioty uprawnione do wykonywania ratownictwa wodnego,
- podmioty prywatne (gestorzy bazy turystycznej, organizatorzy turystyki i wypoczynku).

Realizacja celu wymaga podjęcia następujących kierunków działań:

1. Współpraca podmiotów w zakresie jak najlepszego wykorzystania potencjału województwa dla turystyki aktywnej.
2. Wymiana informacji/komunikacja pomiędzy podmiotami (o planach, podejmowanych inicjatywach) oraz konsultacje planowanych działań, realizowane np. na bazie grup roboczych, cyklicznych/okazjonalnych spotkań, konferencji, warsztatów, z wykorzystaniem elektronicznych środków komunikacji, itp.
3. Wspieranie samorządów lokalnych i innych podmiotów stawiających na rozwój turystyki aktywnej (w szczególności wodnej i rowerowej) na danym obszarze.
4. Podnoszenie bezpieczeństwa osób wypoczywających na obszarach wodnych na terenie województwa wielkopolskiego poprzez współpracę z organizacjami pozarządowymi, jednostkami samorządu terytorialnego i administracją państwową.

Cel operacyjny I.4.5

Kompleksowe i innowacyjne działania promocyjne w zakresie turystyki aktywnej

Oferta turystyki aktywnej w Wielkopolsce objęta jest działaniami promocyjnymi m.in. Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej i Samorządu Województwa Wielkopolskiego. Informacje na temat turystyki aktywnej rozpowszechniane są m.in. poprzez witryny internetowe, wydawnictwa, wizyty studyjne oraz udział w targach turystycznych. Konieczne są jednak dalsze, kompleksowe działania promocyjne, skierowane również do mieszkańców województwa wielkopolskiego.

Realizacja celu wymaga podjęcia następujących kierunków działań:

1. Opracowywanie oraz dystrybucja map i wydawnictw promujących produkty turystyki aktywnej w Wielkopolsce (z uwzględnieniem potrzeb różnych grup turystów np. rowerowych).
2. Udział w targach turystycznych i targach specjalistycznych (np. targach turystyki aktywnej, targi sprzętu rowerowego, targi sprzętu pływającego itp.).
3. Wspieranie tworzenia aplikacji mobilnych dla turystyki aktywnej (w szczególności wodnej i rowerowej) oraz ich włączanie w projekt GPSwielkopolska.
4. Organizowanie study tour dla organizatorów turystyki, dziennikarzy oraz blogerów.
5. Intensyfikacja działań promocyjnych w mediach społecznościowych.
6. Rozszerzanie istniejącej bazy danych o turystyce aktywnej w Wielkopolsce na istniejących już stronach internetowych zarządzanych przez Wielkopolską Organizację Turystyczną.
7. Wspieranie organizacji atrakcyjnych imprez turystycznych i sportowo-rekreacyjnych, przy współpracy z samorządami lokalnymi i organizacjami pozarządowymi.

8. Promowanie wśród mieszkańców regionu aktywnych i prozdrowotnych sposobów spędzania czasu wolnego na terenie województwa wielkopolskiego (kampanie promocyjne, stoiska promocyjne na regionalnych i lokalnych wydarzeniach/imprezach).

Cel operacyjny I.4.6

Poprawa stanu środowiska przyrodniczego, w tym poziomu wód w akwenach, rzekach i ciekach wodnych

Turystyka aktywna uprawiana jest przeważnie na obszarach atrakcyjnych przyrodniczo, korzystając z lasów, zbiorników i szlaków wodnych. Poprawa stanu środowiska przyrodniczego jest istotnym czynnikiem warunkującym rozwój turystyki aktywnej, a deficyty istniejące w tym zakresie stanowią niejednokrotnie barierę turystycznego wykorzystania danego waloru. Przykładem może być rzeka Warta, której mała głębokość tranzytowa ogranicza możliwości rozwoju turystyki motorowodnej.

Realizacja celu wymaga podjęcia następujących kierunków działań:

1. Przeciwdziałanie obniżaniu się poziomu wód w akwenach np. w wyniku działalności kopalni odkrywkowych węgla brunatnego na pojezierzu gnieźnieńskim i kujawskim.
2. Lobbing na rzecz ustabilizowania poziomu rzek i cieków wodnych.
3. Wspieranie działań wodno-kanalizacyjnych oraz innych działań mających na celu poprawę jakości wód powierzchniowych w regionie.

Miarami osiągnięcia celu strategicznego będą przede wszystkim następujące WSKAŹNIKI:

- liczba śluzowań jednostek sportowo-turystycznych i statków pasażerskich na Wielkiej Pętli Wielkopolski (dane Regionalnego Zarządu Gospodarki Wodnej w Poznaniu),
- liczba nowych i zmodernizowanych marin i przystani wodnych na Wielkiej Pętli Wielkopolski (badania własne),
- liczba wspartych imprez turystycznych i sportowo-rekreacyjnych (badania własne),
- długość odnowionych oraz nowych szlaków turystycznych (w km; badania własne),
- liczba zrealizowanych i/lub wspartych inwestycji w infrastrukturę wypoczynkowo-turystyczną (badania własne),
- liczba tytułów bezpłatnych wydawnictw promujących produkty turystyki aktywnej w Wielkopolsce (badania własne),
- nakład bezpłatnych wydawnictw promujących produkty turystyki aktywnej w Wielkopolsce (w szt.; badania własne).

Potencjalne ŹRÓDŁA FINANSOWANIA kierunków działań wskazanych w celach operacyjnych:

- budżet województwa wielkopolskiego,
- Wielkopolski Regionalny Program Operacyjny na lata 2014-2020,
- środki własne samorządów lokalnych,
- środki własne Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej,
- budżety funduszy celowych, np. Wojewódzki Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Poznaniu,
- budżet ministra właściwego ds. turystyki,
- środki Polskiej Organizacji Turystycznej,
- środki prywatne,
- środki innych podmiotów zaangażowanych w osiągnięcie celu strategicznego.

Z uwagi na przebieg i zasięg oddziaływania Wielkiej Pętli Wielkopolski istnieje także możliwość realizacji wspólnych działań w ramach współpracy międzyregionalnej, na co zwrócono uwagę w *Strategii rozwoju województwa wielkopolskiego do 2020 roku. Wielkopolska 2020* (rozdział 8. str. 161).

5.1.5 Rozwój produktów dla turystyki na obszarach wiejskich

CEL STRATEGICZNY I.5

ROZWÓJ PRODUKTÓW TURYSTYKI WIEJSKIEJ

Wielkopolska dysponuje atrakcyjnymi zasobami dla turystyki wiejskiej, zarówno pod względem przyrodniczym, kulturowym, jak i społecznym. Stanowią one bogatą i zróżnicowaną bazę do tworzenia oryginalnych produktów turystycznych. Znajdują się tu pałace i dworki, domostwa drewniane, zachowane zabudowania folwarczne, muzea i skanseny. Ciekawa jest również historia ludności wiejskiej w Wielkopolsce, w tym osadnictwo Olędrów i Bambrów, którzy wnieśli swój wkład w rozwój rolnictwa, a także w krajobraz. Wspomnieć należy również o miasteczkach, ze swoistym klimatem, które do dziś stanowią zaplecze handlowe i usługowe dla okolicznych wsi.

Województwo posiada dogodne położenie do rozwijania tej formy turystyki zarówno dla turystów krajowych (w tym rodzin z małymi dziećmi), jak i międzynarodowych. Wśród przyjeżdżających z zagranicy wyodrębnić można dwie główne kategorie: pierwszą są klasyczni turyści wypoczynkowi, których oczekiwania nie różnią się istotnie od krajowych. Biorąc pod uwagę fakt, iż większość z nich podróżuje prywatnymi samochodami i czas podróży nie powinien przekraczać jednego dnia, rynki zagraniczne zawężają się do Niemiec, Danii, Belgii i Holandii. Głównym motywem przyjazdu będzie wiejskość, co nie oznacza jednak, iż turyści ci nie skorzystają z oferty miast (np. Nowego Tomysła, Wolsztyna, Szamotuł, Kościana).

Druga kategoria – mniejsza liczebnie, ale warta dostrzeżenia – to osoby przyjeżdżające do Poznania w celach służbowych, które chcą skorzystać z noclegów poza miastem (z dobrym dojazdem do centrum miasta), albo, które chcą przedłużyć pobyt lub w wolnym czasie odetchnąć klimatem wsi.

Problematyka produktów turystyki wiejskiej dotyczy głównie budowania produktów turystycznych w wymiarach:

- jednostkowych firm (w tym gospodarstw agroturystycznych),
- terytorialnym (wieś, kilka wsi, obszar LGD itp.),
- wizerunkowym.

W Strategii nacisk położono na wymiar terytorialny i wynikający z niego wymiar wizerunkowy, jako te, które pozostają w zasięgu oddziaływania samorządu regionalnego.

Zadanie Samorządu Województwa w zakresie produktów turystycznych (nie tylko wiejskich) polega głównie na wskazywaniu kierunków ich rozwoju, stwarzaniu dogodnych warunków do ich realizacji, wspieraniu inicjatyw zgodnych w wyznaczonymi kierunkami. Jest to więc wspomaganie

organizacyjne, szkoleniowe, marketingowe, podczas gdy produkty budowane są przez inne podmioty. Nawet tzw. produkty wizerunkowe, które są domeną samorządu, nie są produktami turystycznymi w ścisłym tego słowa znaczeniu, a raczej zestawami produktów terytorialnych i firmowych.

Mając to na uwadze w ramach celu strategicznego dotyczącego produktów turystyki wiejskiej (w obrębie której lokuje się agroturystyka) sformułowane zostały następujące **CELE OPERACYJNE**:

Cel operacyjny I.5.1

Wzrost atrakcyjności produktów turystyki wiejskiej

Współcześni turyści oczekują nie tylko wysokiej jakości usług, ale również indywidualnie dopasowanej oferty, która odpowiadać będzie na ich potrzeby i oczekiwania. Charakterystyczne jest przy tym poszukiwanie autentyczności i regionalizmu oraz nastawienie na poznawanie miejscowych zwyczajów. Niezbędnym warunkiem rozwoju turystyki wiejskiej jest wzrost jej atrakcyjności poprzez rozwój specjalistycznej i konkurencyjnej oferty, wykorzystującej zwyczaje, tradycje i kulturę wielkopolskiej wsi.

Cel ten realizowany powinien być przede wszystkim przez następujące kierunki działań:

1. Wspieranie budowy i rozbudowy obiektów turystyki wiejskiej, w szczególności adaptacji obiektów zabytkowych na cele turystyczne (np. izby pamięci, skanseny).
2. Wspieranie produktów specjalistycznych i konkurencyjnych, kładących nacisk na autentyczność, lokalność oraz kulturę (lokalne tradycje i zwyczaje), w tym tzw. „wiosek tematycznych”.
3. Wspieranie imprez i wydarzeń promujących lokalną kulturę – tradycje i zwyczaje wielkopolskiej wsi oraz kuchnię regionalną.
4. Wspieranie projektów związanych z poprawą estetyki wielkopolskiej wsi i obiektów turystyki wiejskiej.

Cel operacyjny I.5.2

Intensyfikacja działalności informacyjno-promocyjnej

Lepsze wykorzystanie oferty produktów turystyki wiejskiej wymaga zintensyfikowania działalności promocyjnej. Obejmować powinna ona tradycyjne i nowoczesne formy promocji (wydawnictwa, targi turystyczne, Internet, media społecznościowe), jak również włączenie obiektów turystyki wiejskiej, jako nieodłączny element oferty produktów turystyki biznesowej, aktywnej, kulturowej i przyrodniczej.

Cel ten realizowany powinien być przede wszystkim przez następujące kierunki działań:

1. Uwzględnianie oferty turystyki wiejskiej w wydawnictwach promocyjnych.
2. Promocja produktów turystyki wiejskiej na krajowych i zagranicznych targach turystycznych, w mediach społecznościowych oraz w Internecie.
3. Włączanie oferty gospodarstw agroturystycznych/obiektów turystyki wiejskiej w produkty turystyki biznesowej, kulturowej, przyrodniczej i aktywnej.
4. Prowadzenie bazy wyróżnionych/certyfikowanych obiektów i produktów turystyki wiejskiej na portalu www.wielkopolska.travel zarządzanym przez Wielkopolską Organizację Turystyczną.

Cel operacyjny I.5.3

Podnoszenie jakości usług świadczonych przez obiekty turystyki wiejskiej

Rozwój produktów turystyki wiejskiej wymaga uwzględnienia współczesnych trendów oraz rosnących oczekiwań i wymagań turystów. Niezbędne w tym zakresie jest ciągle podnoszenie jakości świadczonych usług, w tym standardu oferowanej bazy noclegowej, żywieniowej, usług towarzyszących i jakości obsługi turystów. Istotne są nie tylko inwestycje w odpowiednie wyposażenie i wygląd obiektów i ich otoczenia, promowanie dobrych przykładów (dobrych praktyk), ale przede wszystkim podnoszenie kompetencji i świadomości kadr mających wpływ na kształtowanie produktów turystyki wiejskiej.

Cel ten realizowany powinien być przede wszystkim przez następujące kierunki działań:

1. Podnoszenie poziomu wiedzy gestorów obiektów turystyki wiejskiej i samorządów lokalnych - szkolenia, konferencje, seminaria, warsztaty z zakresu znaczenia agroturystyki i turystyki wiejskiej, obowiązujących przepisów prawa, jakości świadczonych usług, budowy produktów turystycznych.
2. Organizowanie konkursów służących promocji najlepszych ofert na terenach wiejskich.

Miarami osiągnięcia celu strategicznego będą przede wszystkim następujące WSKAŹNIKI:

- liczba kwater agroturystycznych na terenie województwa wielkopolskiego (dane GUS),
- liczba przeprowadzonych szkoleń/warsztatów/konferencji (badania własne),
- liczba zorganizowanych konkursów służących promocji najlepszych ofert na terenach wiejskich (badania własne),
- liczba wspartych projektów z zakresu turystyki wiejskiej (badania własne).

Potencjalne ŹRÓDŁA FINANSOWANIA kierunków działań wskazanych w celach operacyjnych:

- budżet województwa wielkopolskiego,
- środki własne samorządów lokalnych,
- Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020,
- środki własne Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej,
- środki prywatne,
- środki innych podmiotów zaangażowanych w osiągnięcie celu strategicznego.

5.2 Obszar priorytetowy II Kapitał ludzki

Zaproponowane cele i działania w obszarze priorytetowym Kapitał ludzki w sektorze turystyki w województwie wielkopolskim wpisują się w *Strategię rozwoju województwa wielkopolskiego do 2020 roku*, *Wielkopolska 2020*, *Strategię Rozwoju Kapitału Ludzkiego 2020* oraz w projekty przewodnie Unii Europejskiej *Strategia Europa 2020: Młodzież w drodze*, *Program na rzecz nowych umiejętności i zatrudnienia*, *Europejski program walki z ubóstwem*, *Europejska agenda cyfrowa*. Uwzględniają również zapisy *Programu rozwoju struktur organizacyjnych turystyki i zasobów ludzkich*.

CEL STRATEGICZNY II.1

TWORZENIE NOWYCH MIEJSC PRACY W GOSPODARCE TURYSTYCZNEJ

Wysokiej jakości zasoby ludzkie stanowią istotny czynnik konkurencyjności sektora turystyki. Można zatem uznać, że tworzenie atrakcyjnych możliwości zatrudnienia i rozwoju kariery zawodowej w gospodarce turystycznej sprzyja pozyskiwaniu i utrzymaniu kadr o wysokich kwalifikacjach i umiejętnościach, cennych dla rozwoju konkurencyjnej gospodarki turystycznej opartej na wiedzy. Działania wspierające osiągnięcie tego celu powinny koncentrować się na dostosowanej do współczesnych uwarunkowań (m.in. związanych z rozwojem technologii informacyjnych, procesami demograficznymi oraz zmianami systemu wartości społeczeństw) organizacji rynku pracy oraz wspieraniu i promowaniu postaw przedsiębiorczych i kreatywnych w gospodarce turystycznej, w następstwie przyczyniać się do wzrostu zatrudnienia, w tym samozatrudnienia oraz sprzyjać włączeniu społecznemu.

Cel ten będzie realizowany przez następujące **CELE OPERACYJNE**:

Cel operacyjny II.1.1

Rozwój nowoczesnego systemu organizacji rynku pracy w gospodarce turystycznej

Elastyczne reagowanie na wyzwania współczesnego rynku pracy wymaga rozwoju nowoczesnego systemu jego organizacji. Istotnymi jego elementami są identyfikowanie zmian na rynku pracy i prognozowanie popytu na pracę i jej podaży w odniesieniu do konkretnych zawodów w gospodarce turystycznej, elastyczne formy zatrudnienia i czasu pracy, w tym telepraca oraz praca w niepełnym wymiarze czasu, planowanie ścieżek karier zawodowych, współpraca pomiędzy sektorami nauki, gospodarki turystycznej i instytucjami rynku pracy w organizacji staży, praktyk, szkoleń, w tym rozwój kwalifikacji i umiejętności podczas aktywności zawodowej – „uczenie się przez całe życie” i ukierunkowanych na włączenie społeczne.

Cel ten realizowany powinien być przede wszystkim przez następujące kierunki działań:

1. Monitorowanie rynku pracy województwa wielkopolskiego w zakresie turystyki.
2. Stworzenie systemu informacji o ofercie edukacyjnej w zakresie turystyki.
3. Rozwój i promocja staży/praktyk zawodowych/przygotowania zawodowego dorosłych.
4. Rozwój systemu doradztwa zawodowego na wszystkich etapach kariery zawodowej dla osób rozpoczynających działalność gospodarczą w sektorze turystyki, osób zagrożonych wykluczeniem społecznym.
5. Wspieranie nowych rozwiązań w zakresie organizacji, czasu i form pracy w sektorze turystyki.

Cel operacyjny II.1.2

Wspieranie i promocja postaw przedsiębiorczych i kreatywnych w gospodarce turystycznej

Wspieranie i promocja postaw przedsiębiorczych powinny przyczyniać się do wzrostu zatrudnienia, w tym samozatrudnienia, w kontekście zwiększenia zdolności absolwentów kierunków/specjalności turystycznych szkół różnego poziomu kształcenia i pracowników gospodarki turystycznej do adaptacji do nowych warunków pracy, zdolności do korzystania z obecnych i przyszłych ofert pracy, podejmowania własnej działalności gospodarczej oraz zwiększenia skłonności do zmiany kwalifikacji w karierze zawodowej.

Cel ten realizowany powinien być przede wszystkim przez następujące kierunki działań:

1. Rozwój programów kształcenia i doskonalenia zawodowego, rozwijających postawę bycia przedsiębiorczym, wyrażającą się aktywnym i kreatywnym podejściem do rzeczywistości gospodarczej w sektorze turystyki,
2. Rozwój usług szkoleniowo-doradczych świadczonych przez instytucje wspierające rozwój przedsiębiorczości i kreatywność w sektorze turystyki.
3. Wspieranie mobilności przestrzennej pracowników i osób poszukujących pracy w turystyce.

Miarami osiągnięcia celu strategicznego będą przede wszystkim następujące WSKAŹNIKI:

- liczba zatrudnionych w sekcjach PKD: I 55 działalność związana z zakwaterowaniem, I 56 Działalność usługowa związana z wyżywieniem, N 79 Działalność organizatorów turystyki, pośredników i agentów turystycznych oraz pozostała działalność usługowa w zakresie rezerwacji i działalności z nią związane (dane GUS),
- liczba przedsiębiorców wpisanych do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej w sekcjach: I 55, I 56, N 79 (dane Centralnej Ewidencji i Informacji Działalności Gospodarczej).

Potencjalne ŹRÓDŁA FINANSOWANIA kierunków działań wskazanych w celach operacyjnych:

- budżet województwa wielkopolskiego,
- Wielkopolski Regionalny Program Operacyjny na lata 2014-2020,
- środki własne samorządów lokalnych,
- środki prywatne,
- środki innych podmiotów zaangażowanych w osiągnięcie celu strategicznego.

CEL STRATEGICZNY II.2

PODNOSZENIE KOMPETENCJI KADR GOSPODARKI TURYSTYCZNEJ

Wysoka jakość kadr gospodarki turystycznej stanowi ważny czynnik podnoszenia innowacyjności i konkurencyjności sektora turystycznego w Wielkopolsce. Dynamiczne i wieloaspektowe procesy zachodzące w makrootoczeniu związane m.in. z globalizacją na rynku turystycznym, rozwojem nowych technologii informacyjnych, potrzebami turystycznymi współczesnych turystów, ich oczekiwaniami i zachowaniami konsumpcyjnymi wymagają odpowiednich kwalifikacji kadr gospodarki turystycznej, dostosowanych do potrzeb współczesnego i przyszłego rynku pracy. Istotną kwestią w tym zakresie jest rozwój systemu edukacji ukierunkowanego na pozyskiwanie oczekiwanych kompetencji zawodowych (m.in. kompetencji myślenia globalnego, kompetencji cyfrowych, kompetencji międzykulturowych, kompetencji społecznej odpowiedzialności biznesu), uwzględniającego jednocześnie włączenie pracodawców w tworzenie programów edukacyjnych i ich udział w procesie kształcenia na poziomie zawodowym, szkolnictwa wyższego i ustawicznego kształcenia.

Cel ten będzie realizowany przez następujące **CELE OPERACYJNE**:

Cel operacyjny II.2.1

Wspieranie wysokiej jakości programów edukacyjnych w turystyce

Jednym z czynników determinujących atrakcyjność produktów turystycznych i jakość świadczonych usług turystycznych są kompetencje zawodowe pracowników pozyskiwane w procesie kształcenia. Rozwój profesjonalnych kadr gospodarki turystycznej wymaga zatem wysokiej jakości programów edukacyjnych, umożliwiających pozyskanie niezbędnej wiedzy i umiejętności, dostosowanych do oczekiwań współczesnego rynku pracy. Istotnym problemem jest korelacja programów edukacyjnych i potrzeb rynku pracy. Absolwenci powinni posiadać zdolność wykorzystania wiedzy i umiejętności uzyskanych w procesie kształcenia w pracy zawodowej.

Programy edukacyjne powinny uwzględniać możliwość współpracy pomiędzy placówkami edukacyjnymi a branżą turystyczną, aby odpowiednio kształtować treści programowe i umożliwić odbywanie praktyk zawodowych i staży. Jednocześnie proces ten powinien być skorelowany z produktami turystycznymi województwa wielkopolskiego oraz ze specyfiką ruchu turystycznego.

W związku z powyższym cel ten realizowany powinien być przede wszystkim przez następujące kierunki działań:

1. Wspieranie współpracy i dialogu pomiędzy placówkami edukacyjnymi i podmiotami sektora turystyki.
2. Lobbing na rzecz uwzględniania w programach nauczania na kierunkach turystycznych tematów istotnych z punktu widzenia rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim.
3. Wspieranie projektów i przedsięwzięć edukacyjnych realizowanych we współpracy z branżą turystyczną i szkolnictwem turystycznym (np. staże, praktyki, konferencje naukowo-branżowe, patronaty honorowe).
4. Organizowanie konkursu na najlepszą pracę magisterską z zakresu turystyki.
5. Organizowanie konkursów wiedzy turystycznej i krajoznawczej.

Cel operacyjny II.2.2

Rozwój systemu szkoleń podnoszących kwalifikacje zawodowe

Spójny system szkoleń podnoszących kwalifikacje zawodowe jest kluczowym czynnikiem osiągnięcia wysokiej jakości usług turystycznych w województwie wielkopolskim. Działanie dotyczy przygotowania programów szkoleniowych dla poszczególnych sekcji sektora turystyki, uczestniczących w szeroko pojętym procesie obsługi ruchu turystycznego oraz jego organizowaniu. System szkoleniowy powinien być ukierunkowany zarówno na podniesienie umiejętności i kwalifikacji zawodowych pracowników gospodarki turystycznej, jak i osób, które wyrażają zainteresowanie przekwalifikowaniem zawodowym i umożliwiać włączenie społeczne.

Cel ten realizowany winien być przede wszystkim przez następujące kierunki działań:

1. Wspieranie usług szkoleniowych ukierunkowanych na podnoszenie poziomu wiedzy specjalistycznej i kwalifikacji.
2. Szkolenie kadr turystycznych z wiedzy o regionie, jego produktach i atrakcjach turystycznych.
3. Wspieranie „uczenia się przez całe życie”, uczenia się formalnego i „pozaformalnego”.

Miarami osiągnięcia celu strategicznego będą przede wszystkim następujące WSKAŹNIKI:

- liczba wspartych projektów i przedsięwzięć edukacyjnych realizowanych we współpracy z branżą turystyczną i szkolnictwem turystycznym (staże, praktyki, konferencje naukowo-branżowe, patronaty honorowe) (badania własne),
- liczba wspartych szkoleń i konkursów służących podnoszeniu wiedzy i kwalifikacji (badania własne),
- liczba wspartych projektów dot. „uczenia się przez całe życie”, uczenia się formalnego i „pozaformalnego” (badania własne).

Potencjalne ŹRÓDŁA FINANSOWANIA kierunków działań wskazanych w celach operacyjnych:

- budżet województwa wielkopolskiego,
- Wielkopolski Regionalny Program Operacyjny na lata 2014-2020,
- środki własne samorządów lokalnych,
- środki prywatne,
- środki innych podmiotów zaangażowanych w osiągnięcie celu strategicznego.

CEL STRATEGICZNY II.3

TWORZENIE WARUNKÓW SPRZYJAJĄCYCH WSPÓŁPRACY W GOSPODARCE TURYSTYCZNEJ

Samorządy lokalne mają niezwykle ważną rolę w tworzeniu warunków sprzyjających rozwojowi turystyki. Zadanie to jest realizowane w różnorodny sposób, nie tylko poprzez aktywne włączanie się w rozwój gospodarki turystycznej, ale również pośrednio poprzez zajmowanie się takimi kwestiami jak: gospodarka terenami, ochrona środowiska, usuwanie i oczyszczanie ścieków, utrzymanie czystości, organizacja ruchu drogowego, transport zbiorowy, utrzymanie placówek upowszechniania kultury, terenów rekreacyjnych, terenów zielonych oraz porządku publicznego. Samorząd województwa i samorządy gminne mają również obowiązek prowadzenia ewidencji obiektów, w których świadczone są usługi hotelarskie, zgodnie z kompetencjami wskazanymi w odpowiednich przepisach.

Istotnymi partnerami są również organizacje pozarządowe, instytucje prowadzące działalność kulturalną oraz sama branża turystyczna tworząca oferty turystyki przyjazdowej do Wielkopolski i świadcząca usługi na rzecz turystów przybywających do województwa wielkopolskiego.

Wszystkie te elementy stanowią podstawę do jakiegokolwiek dalszej współpracy w gospodarce turystycznej. Ze względu na tak szerokie podejście w tworzeniu warunków sprzyjających współpracy należy wymienić następujące **CELE OPERACYJNE**:

Cel operacyjny II.3.1

Tworzenie przyjaznych warunków do rozwoju nowoczesnego biznesu turystycznego i okołoturystycznego, w szczególności małych i średnich przedsiębiorstw

Cel ten ma za zadanie stworzenie efektywnej sieci instytucji otoczenia innowacyjnych przedsiębiorstw (inkubatorów i parków technologicznych oraz przemysłowych, centrów i ośrodków transferu technologii), w których świadczone będą przede wszystkim wysokospecjalizowane, dopasowane do potrzeb kompleksowe usługi, w tym w obszarze całego cyklu tworzenia B+R+I, zarządzania innowacjami, transferu technologii. **Za najważniejsze kierunki działań w tym zakresie należy przyjąć:**

1. Wsparcie Instytucji Otoczenia Biznesu.
2. Wsparcie i rozwój klastrów turystycznych.
3. Wsparcie współpracy biznes – nauka.

Cel operacyjny II.3.2

Wsparcie współpracy podmiotów gospodarki turystycznej regionu

Ze względu na konieczność zwiększenia atrakcyjności turystycznej całego województwa wielkopolskiego zauważa się konieczność nawiązania współpracy pomiędzy wszystkimi aktorami rynku turystycznego, których działania mają istotny wpływ na realizację poszczególnych działań. Zaliczyć do nich należy nie tylko jednostki samorządu terytorialnego, ale również branżę turystyczną i organizacje pozarządowe działające bezpośrednio lub pośrednio w dziedzinie turystyki i krajoznawstwa.

Intensyfikacja współpracy podmiotów rynku turystycznego **wymagać będzie realizacji następujących kierunków działań:**

1. Stymulowanie współpracy pomiędzy aktorami rynku turystycznego (transfer wiedzy, spotkania, warsztaty, study tour).
2. Wspieranie skoordynowanych działań podejmowanych przez jednostki samorządu terytorialnego.
3. Wzmacnianie powiązań miasta Poznania z pozostałymi obszarami w zakresie działalności turystycznej.

4. Wzmacnianie i utrzymywanie roli kreatywnej i koordynacyjnej Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej, w tym zwiększanie liczby członków oraz zapewnianie jej niezbędnego potencjału kadrowego, organizacyjnego i finansowego.
5. Opracowanie koncepcji powołania przy Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej nieformalnego Forum Turystyki Przyjazdowej.
6. Zorganizowanie nieformalnego koła dziennikarzy turystycznych, utrzymanie stałych kontaktów z mediami.
7. Wspieranie działalności organizacji pozarządowych, lokalnych grup działania, lokalnych organizacji turystycznych działających statutowo w obszarze turystyki.
8. Podnoszenie świadomości znaczenia turystyki wśród kadry zarządzającej, działającej pośrednio i bezpośrednio w sektorze turystyki, w tym w samorządach lokalnych.

Miarami osiągnięcia celu strategicznego będą przede wszystkim następujące WSKAŹNIKI:

- liczba klastrów turystycznych na terenie województwa wielkopolskiego (badania własne),
- liczba zarejestrowanych lokalnych organizacji turystycznych na terenie województwa wielkopolskiego (dane Krajowego Rejestru Sądowego),
- liczba zrealizowanych projektów biznes-nauka (badania własne),
- liczba zorganizowanych warsztatów, spotkań, study tour (badania własne),
- liczba członków Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej (dane Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej).

Potencjalne ŹRÓDŁA FINANSOWANIA kierunków działań wskazanych w celach operacyjnych:

- budżet województwa wielkopolskiego,
- środki własne samorządów lokalnych,
- środki własne Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej,
- Wielkopolski Regionalny Program Operacyjny na lata 20014-2020,
- Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020,
- środki prywatne,
- środki innych podmiotów zaangażowanych w osiągnięcie celu strategicznego.

5.3 Obszar priorytetowy III Nowe technologie

CEL STRATEGICZNY III

WYKORZYSTANIE TECHNOLOGII INFORMACYJNO-KOMUNIKACYJNYCH W PROMOCJI I DYSTRYBUCJI PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH

Rozwój technologii informacyjno-komunikacyjnych (*Information and Communication Technology – ICT*) skutkuje szeregiem zmian w dotychczasowych tendencjach w zakresie zachowań nabywczych turystów. Konsumenci planujący odbycie podróży coraz rzadziej zadowolają się standaryzowaną ofertą, oczekując zindywidualizowanego produktu, dostosowanego do swoich aktualnych potrzeb. Przygotowanie podróży powinno też zajmować jak najmniej czasu i wymagać zaledwie kilku kliknięć w komputerze lub smartfonie. Dostępność rozwiązań mobilnych jest niezmiernie istotna, ponieważ wg TNS Polska w 2014 r. już 44% Polaków (czyli o 11 punktów procentowych więcej w stosunku do 2013 r.) dysponowało telefonem, który posiadał znacznie więcej funkcji niż tylko odbieranie i nawiązywanie połączeń. Ponadto, 3 na 5 użytkowników smartfonów używa Internetu mobilnie, a aż 26% spośród nich korzysta z niego kilka razy dziennie.

W obliczu przemian technologicznych coraz większego znaczenia nabiera również zdolność do przekazywania turystom kompleksowej oraz rzetelnej informacji o miejscu, do którego planują się udać. Tym bardziej, że konsumenci aktywnie uczestniczą w tworzeniu wizerunku poszczególnych podmiotów oraz całego regionu, dzieląc się swoimi wrażeniami na forach internetowych, blogach czy w mediach społecznościowych. Z drugiej strony, sami poszukują informacji o miejscu docelowym w tego rodzaju źródłach. Dlatego pragnąc nawiązać rywalizację na międzynarodowym rynku turystycznym konieczne jest tworzenie zintegrowanego systemu zarządzania regionem turystycznym (*Destination Management System – DMS*), który w swoim pełnym zakresie stanowi kompleksową bazę danych oraz narzędzie dla elektronicznego: marketingu (e-marketing), usług (e-commerce) oraz zarządzania relacjami z klientami (e-CRM). DMS integruje więc wszelkie aktywności związane z turystyką w regionie, ułatwiając turystom poszukiwanie informacji, przedsiębiorstwom ich codzienne funkcjonowanie, a organizacjom turystycznym koordynację działań lokalnych podmiotów oraz promocję obszaru poza jego granicami. Kolejne funkcje DMS mogą być wprowadzane i rozwijane stopniowo, w zależności od istniejących potrzeb.

W ramach celu strategicznego sformułowane zostały następujące **CELE OPERACYJNE**:

Cel operacyjny III.1

Rozbudowa i integracja turystycznych treści w przestrzeni wirtualnej

Istotą pierwszego celu operacyjnego jest rozbudowa i modernizacja treści turystycznych znajdujących się w przestrzeni wirtualnej. Zmieniające się oczekiwania turystów oraz nowe trendy w projektowaniu stron internetowych powodują, że istniejące serwisy internetowe wymagają regularnych audytów i modyfikacji w warstwie treści, funkcjonalności, estetyki. Strona internetowa jest pierwszą okazją do stworzenia pozytywnego doświadczenia dla potencjalnych podróżnych i doskonałą okazją do zainspirowania go do odbycia podróży. Samo stworzenie atrakcyjnej treści i nowoczesnej formy stron internetowych i aplikacji mobilnych nie jest jednak wystarczające. Niezbędne są także działania, które zwiększą ich wykorzystywanie przez turystów.

Osiągnięcie celu wymaga realizacji następujących kierunków działań:

1. Unowocześnianie stron internetowych: www.wielkopolska.travel; www.wielka-petla.pl. Punktem wyjścia do realizacji tego działania powinien być kompleksowy audyt stron. Zmodernizowane strony powinny uwzględniać aktualne trendy w projektowaniu serwisów internetowych (web design, responsywność) m.in. wzrost znaczenia treści multimedialnych (wysokiej jakości zdjęcia, treści wideo w tle i in.). Praca nad stroną obejmować będzie także działania związane z integracją i adaptacją treści.
2. Utworzenie i rozwój strony poświęconej Szlakowi Piastowskiemu w oparciu o domenę: www.szlakpiastowski.pl.
3. Integracja treści turystycznych w ramach wiodącego portalu www.wielkopolska.travel. W ramach tego portalu prezentowane powinny być wszystkie treści o charakterze turystycznym. Wymaga to współpracy i przepływu informacji pomiędzy podmiotami dostarczającymi treści do pozostałych serwisów związanych z turystyką: www.regionwielkopolska.pl; www.wielka-petla.pl; www.szlakpiastowski.pl; www.sit-wlkp.eu.
4. Pozycjonowanie turystycznych stron w wyszukiwarkach internetowych. Punktem wyjścia będzie wybór podmiotu realizującego działania pozycjonerskie. Podmiot ten (przy współpracy ze zleceniodawcą) będzie odpowiedzialny za: określenie słów kluczowych, optymalizację treści i kodu serwisów; budowanie linków do pozycjonowanych stron internetowych i in.
5. Dostosowywanie turystycznych stron/portali internetowych zarządzanych przez Urząd Marszałkowski/Wielkopolską Organizację Turystyczną do potrzeb osób z niepełnosprawnością, zgodnie ze specyfiką WCAG (Web Content Accessibility Guidelines WCAG) opracowaną przez organizację W3C (World Wide Web Consortium).

6. Prowadzenie profili w mediach społecznościowych.
7. Stworzenie kalendarza imprez obejmującego wszystkie wydarzenia w województwie w ujęciu miesięcznym oraz podziale na ogólne kategorie, jak imprezy: kulturalne, sportowe itp. Wspólny kalendarz dla całego województwa zintegruje informacje o wydarzeniach umieszczane na różnych portalach, a ich dostępność powinna zachęcić turystów do udziału w tych imprezach podczas pobytu lub do zaplanowania podróży specjalnie w taki sposób, aby uczestniczyć w określonych wydarzeniach. Działanie obejmie przyłączenie kalendarza do strony www.wielkopolska.travel oraz wskazanie podmiotu, odpowiedzialnego za jego aktualizację.
8. Aktualizacja i rozwój aplikacji na urządzenia przenośne. W ramach tego zadania zakłada się przede wszystkim unowocześnianie i aktualizację już istniejących aplikacji na telefony i tablety poprzez diagnozowanie i eliminację błędów, poprawę i rozbudowę ich funkcjonalności, wzbogacanie i adaptację treści. Jednym z zadań w ramach tego kierunku działań może być opracowanie nowych aplikacji, np. mających charakter audioprzewodników, bądź gier terenowych (questing) odwołujących się do dziedzictwa historycznego i kulturowego Wielkopolski.
9. Rozwój projektu GPSwielkopolska, obejmujący aktualizację i udoskonalanie istniejących komponentów.
10. Oznakowanie obiektów o walorach turystycznych kodami, umożliwiającymi szybki dostęp do informacji poprzez urządzenia mobilne

Cel operacyjny III.2

Wprowadzenie rozwiązań z zakresu nowych technologii do zarządzania regionem turystycznym

Istotą tego celu jest stworzenie podwalin pod wprowadzenie systemu zarządzania regionem turystycznym, który przy pomocy nowych technologii pomoże w integracji działań podejmowanych przez różne podmioty. Umożliwi on skuteczną komunikację pomiędzy samorządami a przedsiębiorcami, dostosowanie kompetencji pracowników w zakresie wykorzystania nowych technologii do wymagań rynku, a także bieżące monitorowanie ruchu turystycznego w województwie. Osiągnięcie tego celu wymaga realizacji następujących kierunków działań:

1. Opracowanie koncepcji systemu monitoringu ruchu turystycznego w Wielkopolsce przy użyciu ICT. Realizacja tego zadania zakłada rozpoznanie możliwości utworzenia platformy internetowej podobnej do Poznańskiego Barometru Turystycznego, która w oparciu o dane przekazywane przez obiekty hotelowe, transportowe, kulturalne itp. umożliwi bieżące gromadzenie informacji na temat ruchu turystycznego w województwie. Dzięki temu przedstawiciele władz lokalnych,

organizacji turystycznych oraz przedsiębiorcy otrzymają narzędzie weryfikacji skuteczności prowadzonych działań.

2. Szkolenia z zakresu ICT w turystyce. Realizacja zadania powinna rozpocząć się od analizy wykorzystania narzędzi internetowych i mobilnych w obiektach turystycznych funkcjonujących na terenie województwa. Następnym krokiem jest przygotowanie i przeprowadzenie szkoleń dedykowanych różnym podmiotom w zakresie możliwości stosowania ICT w turystyce.

Miarami osiągnięcia celu strategicznego będą przede wszystkim następujące WSKAŹNIKI:

- ilość i jakość wizyt na stronie internetowej (liczba sesji, liczba użytkowników, średni czas wizyty, współczynnik odrzuceń) (badania własne w oparciu o statystyki stron),
- pozycja turystycznych stron województwa w wiodących wyszukiwarkach internetowych (badania własne),
- liczba oraz dynamika zmian osób śledzących turystyczne profile na portalach społecznościowych (badania własne),
- liczba pobrań aplikacji na urządzenia przenośne (dane platform dystrybucji aplikacji),
- liczba obiektów oznakowanych kodami (badania własne),
- liczba szkoleń z zakresu ICT w turystyce (badania własne).

Potencjalne ŹRÓDŁA FINANSOWANIA kierunków działań wskazanych w celach operacyjnych:

- budżet województwa wielkopolskiego,
- Wielkopolski Regionalny Program Operacyjny na lata 2014-2020 (Oś priorytetowa: Społeczeństwo informacyjne oraz Oś priorytetowa: Środowisko),
- środki własne Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej,
- budżety samorządów lokalnych,
- środki własne przedsiębiorstw branży turystycznej i paraturystycznej.

5.4 Obszar priorytetowy IV Infrastruktura

CEL STRATEGICZNY IV.1

POPRAWA STANU INFRASTRUKTURY ZWIĘKSZAJĄCEJ DOSTĘPNOŚĆ PRZESTRZENI TURYSTYCZNEJ WOJEWÓDZTWA

Cel operacyjny IV.1.1

Wsparcie rozwoju infrastruktury turystycznej podnoszącej jakość obsługi

Wieloletnie wsparcie finansowe programów Unii Europejskiej spowodowało istotny rozwój infrastruktury turystycznej oraz poprawę jakości jej usług. Dzięki temu Wielkopolska może być postrzegana jako nowoczesny i jeden z najprężniej rozwijających się regionów turystycznych w kraju. Stale rozwijająca się oferta produktowa województwa powoduje ciągły wzrost ruchu turystycznego. Obecnie ma to szczególne znaczenie, gdyż obserwowane trendy na rynku turystycznym wskazują na coraz większą dywersyfikację i indywidualizację motywów podróży, co tym bardziej wymusza ciągły wzrost i poprawę jakości usług. **Aby osiągnąć ten cel należy powziąć następujące kierunki działań:**

1. Wspieranie rozwoju istniejących oraz nowych produktów turystycznych Wielkopolski.
2. Wspieranie rozwoju nowych i istniejących obiektów noclegowych oferujących kompleksowy zakres usług pobytowych, z szeroko rozwiniętą ofertą rekreacyjną, sportową, zdrowotną i edukacyjną. Wysokiej jakości oferta tych obiektów będzie skierowana do ściśle określonych grup odbiorców na krajowym i zagranicznym rynku turystycznym.
3. Wspieranie utrzymania i rozwoju infrastruktury turystycznej, w szczególności szlaków turystycznych, infrastruktury edukacyjno-informacyjnej oraz infrastruktury dla turystyki aktywnej i specjalistycznej (patrz również działania w celach strategicznych I.1 – 1.5).
4. Kontynuowanie plebiscytów/konkursów dla najlepszych produktów turystycznych, których laureaci oferują najwyższej jakości usługi.

Cel operacyjny IV.1.2

Poprawa dostępności infrastruktury turystycznej, w tym dla osób z niepełnosprawnością

Obserwowane trendy na globalnym rynku turystycznym wskazują na coraz większą personalizację usług oraz wzrastające znaczenie marketingu ukierunkowanego na konkretne

segmenty potencjalnych klientów. W powiązaniu ze zmianami demograficznymi (starzenie się społeczeństwa, wzrost liczby osób z niepełnosprawnością), jak również legislacyjnymi (zagwarantowanie powszechnego dostępu do turystyki i wypoczynku) oznacza to konieczność działań zmierzających do systematycznego rozwoju tzw. „turystyki dostępnej”. Działania te uwzględniają potrzeby osób, które napotykać w podróżach turystycznych na wiele ograniczeń (związanych m.in. z wiekiem, stanem zdrowia, problemami finansowymi, czy sytuacją w rodzinie)⁶. Mają one istotne znaczenie w realizacji polityki spójności społecznej (m.in. ze względu na funkcję integracyjną, zdrowotną, poznawczą, wychowawczą turystyki), jak i dla wzrostu konkurencyjności i osiągnięcia lepszych, ekonomicznych efektów przedsiębiorstw turystycznych⁷.

Jednocześnie niezadawalająca dostępność infrastruktury turystycznej w województwie wielkopolskim dla osób z niepełnosprawnością została zaliczona do grupy aktualnych problemów zidentyfikowanych w *Diagnozie turystyki w województwie wielkopolskim*, jak również w *Programie wyrównywania szans osób z niepełnosprawnością i przeciwdziałania ich wykluczeniu społecznemu oraz pomocy w realizacji zadań na rzecz zatrudniania osób z niepełnosprawnością w województwie wielkopolskim na lata 2014-2020*⁸. Poprawa tego stanu wymaga realizacji działań, w których, w sposób aktywny, powinni brać udział przedstawiciele środowiska osób z niepełnosprawnością. **Do kierunków działań należą:**

1. Inwestycje poprawiające stan infrastruktury turystycznej bez barier dla osób z niepełnosprawnością i osób starszych.
2. Tworzenie bazy danych na temat obiektów i szlaków turystycznych dostępnych dla osób z niepełnosprawnością – inwentaryzacja dostępnych miejsc oraz ciągłe włączanie zgromadzonych danych do systemu informacji turystycznej.

Tworzenie spójnej, rzetelnej, aktualnej i łatwo dostępnej bazy danych, wymaga wypracowania:

- precyzyjnych, ujednoliconych kryteriów oceny stopnia dostępności obiektów i miejsc dla osób z różnymi rodzajami niepełnosprawności,
- ujednoliconych piktogramów, informujących o dostępności dla osób z określonym rodzajem niepełnosprawności,

⁶ Por. *The Manual on Accessible Tourism for All*, UNWTO 2015.

⁷ A. Zajadacz, E. Stroik, *Koncepcje działań stymulujących rozwój „turystyki dostępnej”*, [w:] *Kształcenie kadr dla gospodarki turystycznej i rekreacji. Stan obecny i prognozy*, S. Bosiacki [red.], AWF Poznań 2015, s. 139-150.

⁸ Załącznik do Uchwały nr XLI-795-14 Sejmiku Województwa Wielkopolskiego z dnia 27 stycznia 2014 r. <http://www.rops.poznan.pl/pub/uploaddocs/gtx/program-wyrownywania-szans-zatwierdzony.1391695970.pdf> [dostęp: 15.07.2015]

- zasad ciągłej inwentaryzacji miejsc dostępnych - audytu miejsc i obiektów pod kątem ich dostępności, zgodnie z przyjętymi kryteriami oceny.

Obiekty i miejsca spełniające kryteria dostępności powinny zostać odpowiednio oznakowane (piktogramem) w warunkach rzeczywistych, jak i włączone do systemu informacji turystycznej z wykorzystaniem wszystkich stosowanych mediów (m.in. Internetu⁹, wydawnictw, oznaczeń w terenie). Przykładem dobrych praktyk jest system niemiecki, promowany pod hasłem „Reisen für Alle“¹⁰. Kolejne działania związane są z potrzebą uzupełnienia braków w zakresie tworzenia oddzielnych przewodników, informatorów turystycznych adresowanych do osób z niepełnosprawnością, obejmujących zróżnicowaną ofertę turystyczną Wielkopolski¹¹.

3. Tworzenie „wielkopolskiej mapy barier”.

Podejmowanie działań mających na celu wzrost dostępności infrastruktury turystycznej dla osób z niepełnosprawnością wymaga identyfikacji barier, które występują w województwie wielkopolskim, w odniesieniu do wszystkich elementów tej infrastruktury. W tym celu niezbędne jest tworzenie „mapy barier” – bazy danych na temat miejsc utrudniających przemieszczanie się. Przykładem dobrych praktyk jest warszawska mapa barier¹². Przedstawione na niej informacje uwzględniane są w uwagach zgłaszanych podczas konsultacji społecznych, dotyczących projektów modernizacji poszczególnych miejsc oraz przy uchwalaniu Miejscowych Planów Zagospodarowania Przestrzennego. Tego typu dane stanowią punkt wyjścia w realizacji zasad projektowania uniwersalnego w nowo powstałych, jak i w modernizowanych obiektach infrastruktury turystycznej i towarzyszącej. W Poznaniu tworzenie mapy barier zainicjowano w 2015 r.¹³, jednak projekt tego typu wymaga wsparcia i rozszerzenia w skali całej Wielkopolski.

4. Szkolenia, warsztaty dla branży turystycznej w zakresie dostosowania infrastruktury turystycznej do potrzeb osób z niepełnosprawnością. Propagowanie zasad uniwersalnego projektowania.

Stopień dostosowania infrastruktury turystycznej (i tworzonej na jej podstawie oferty) do potrzeb osób z niepełnosprawnością, warunkowany jest w dużym stopniu wiedzą i doświadczeniem osób pracujących w sektorze usług turystycznych. Stąd do niezbędnych należą działania ukierunkowane na pogłębianie wiedzy i kształtowanie odpowiednich umiejętności w tym zakresie

⁹ Serwisy i strony internetowe powinny uwzględniać specyfikację WCAG 2.0 (Web Content Accessibility Guidelines WCAG 2.0) opracowaną przez organizację W3C (World Wide Web Consortium): <http://fdc.org.pl/wcag2/> [dostęp: 10.11.2015]

¹⁰ http://www.reisen-fuer-alle.de/qualitaetskriterien_312.html [dostęp: 15.07.2015]

¹¹ Dobry przykład stanowi opracowanie: *Dolny Śląsk – otwarty dla każdego. 100 tras dla osób niepełnosprawnych*, Francuz M., Francuz S., 2013.

¹² <http://mapabarier.siskom.waw.pl/o-projekcie/> [dostęp: 15.07.2015]

¹³ Prace: Akademickiego Koła Naukowego Gospodarki Przestrzennej UAM.

poprzez cykliczne szkolenia, warsztaty czy seminaria adresowane do wszystkich interesariuszy z branży turystycznej. Do obowiązkowej tematyki szkoleń powinny należeć: zasady uniwersalnego projektowania, zagadnienia prawne (związane z ustawodawstwem antydyskryminacyjnym), analizy dobrych praktyk (w tym rekomendowanych przez UNWTO¹⁴).

Miarami osiągnięcia celu strategicznego będą przede wszystkim następujące WSKAŹNIKI:

- liczba powstałych obiektów i elementów infrastruktury turystycznej (badania własne),
- długość odnowionych oraz nowych szlaków turystycznych (badania własne),
- liczba plebiscytów/konkursów dla najlepszych produktów turystycznych (badania własne),
- liczba obiektów/szlaków turystycznych dostępnych dla osób z niepełnosprawnością (badania własne),
- rozwój "mapy barier" mierzony liczbą zidentyfikowanych punktów (badania własne),
- liczba zrealizowanych szkoleń/warsztatów/seminariów z zakresu dostosowywania usług i infrastruktury turystycznej do potrzeb turystów z niepełnosprawnością (badania własne).

Potencjalne ŹRÓDŁA FINANSOWANIA kierunków działań wskazanych w celach operacyjnych:

- budżet województwa wielkopolskiego,
- środki Państwowego Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych, w tym pozostające w dyspozycji Samorządu Województwa Wielkopolskiego,
- Wielkopolski Regionalny Program Operacyjny na lata 2014-2020 (Oś priorytetowa 2: Społeczeństwo informacyjne, Oś Priorytetowa 7: Włączenie społeczne, Oś Priorytetowa 8: Edukacja),
- środki własne Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej,
- budżety samorządów lokalnych,
- środki własne przedsiębiorstw branży turystycznej i paraturystycznej,
- środki innych partnerów zainteresowanych realizacją celu strategicznego.

CEL STRATEGICZNY IV.2

WZROST ILOŚCIOWY I JAKOŚCIOWY BAZY NOCLEGOWEJ

Infrastruktura noclegowa stanowi ważny element rozwoju produktów turystycznych województwa oraz istotny czynnik wpływający na podnoszenie konkurencyjności i atrakcyjności

¹⁴ The Manual on Accessible Tourism for All, UNWTO 2015, www.unwto.org [dostęp: 20.03.2015].

turystycznej regionu. Dostępność obiektów noclegowych świadczących usługi na całym obszarze województwa wpływać będzie zatem na decyzje dotyczące sposobu i miejsca spędzenia wolnego czasu.

Diagnoza zagospodarowania turystycznego województwa wielkopolskiego pozwala stwierdzić, że region posiada rozwiniętą i zróżnicowaną bazę noclegową. Utrzymujący się od lat niski stopień wykorzystania bazy noclegowej (znacznie poniżej średniej krajowej) jest jednak jednym z zasadniczych problemów turystyki w Wielkopolsce, wymagającym pilnego rozwiązania. Przyczyny niskiego poziomu wykorzystania bazy noclegowej wiązać można z mało elastyczną polityką cenową, niewystarczającą jakością obsługi, czy brakiem rozpoznania potrzeb w poszczególnych segmentach rynku oraz nieskuteczną promocją. Możliwości poprawy tej sytuacji znajdują się przede wszystkim w gestii prywatnych właścicieli obiektów, natomiast działania władz samorządowych mogą mieć tutaj tylko charakter inicjująco-wspierający.

W związku z powyższym, wskazano następujące **CELE OPERACYJNE** związane z ilościowym i jakościowym rozwojem bazy noclegowej:

Cel operacyjny IV.2.1

Zwiększenie stopnia wykorzystania istniejącej bazy noclegowej

Najbardziej oczywistym sposobem zwiększenia liczby gości w obiektach noclegowych jest zwiększenie ruchu przyjazdowego do województwa oraz „zatrzymanie” turystów na dłużej niż jeden dzień. Efekt ten jest ściśle uzależniony od realizacji innych celów strategicznych i operacyjnych. **Służyc mu również będą następujące kierunki działań:**

1. Uwzględnianie obiektów noclegowych województwa w realizowanych działaniach promocyjnych na rzecz regionu na rynku krajowym i zagranicznym (udział w targach, kampanie w mediach, study tour dla dziennikarzy, blogerów i touroperatorów, Internet, technologie mobilne).
2. Przygotowywanie i dystrybucja materiałów informacyjno-promocyjnych, przedstawiających ofertę obiektów noclegowych Wielkopolski.
3. Wspieranie współpracy gestorów usług w zakresie tworzenia wspólnych programów marketingowych i wspólnych pakietów pobytowych dla różnych segmentów rynku oraz w zakresie organizacji eventów.
4. Udostępnianie gestorom obiektów noclegowych dostępnych wyników badań i raportów dotyczących ruchu turystycznego.

Cel operacyjny IV.2.2

Wspieranie inwestycji w infrastrukturę noclegową na obszarach o dużej atrakcyjności i niedostatecznym zagospodarowaniu turystycznym

Dla realizacji celu konieczne są następujące kierunki działań:

1. Wspieranie inwestycji związanych z adaptacją obiektów zabytkowych (dwory, pałace, kamienice, zabudowa wiejska) na cele związane ze świadczeniem usług noclegowo-gastronomicznych.
2. Wspieranie rozwoju obiektów turystyki wiejskiej (w tym informacje, szkolenia, konkursy).

Miarami osiągnięcia celu strategicznego będą przede wszystkim następujące WSKAŹNIKI:

- liczba turystycznych obiektów noclegowych (dane GUS),
- liczba miejsc noclegowych w turystycznych obiektach noclegowych (dane GUS),
- stopień wykorzystania miejsc noclegowych ogółem (dane GUS),
- liczba kwater agroturystycznych (dane GUS).

Potencjalne ŹRÓDŁA FINANSOWANIA kierunków działań wskazanych w celach operacyjnych:

- budżet województwa wielkopolskiego,
- środki własne Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej,
- budżety samorządów lokalnych,
- środki własne przedsiębiorstw branży turystycznej i paraturystycznej.

6. System realizacji i monitoringu Strategii

6.1 System wdrażania i harmonogram Strategii w latach 2016-2020

Ze względu na heterogeniczność gospodarki turystycznej Strategia będzie wdrażana w drodze współpracy z głównymi interesariuszami jej rozwoju, do których należą:

- Samorząd Województwa Wielkopolskiego,
- samorządy lokalne,
- przedsiębiorstwa turystyczne,
- szeroko rozumiane instytucje otoczenia rynkowego,
- odbiorcy produktu turystycznego.

W związku ze zróżnicowanym charakterem tych podmiotów i ich różnymi kompetencjami, konieczne będzie dążenie do zapewnienia spójności i komplementarności podejmowanych działań.

System instytucjonalny wdrażania Strategii

Zakłada się, iż wdrażanie Strategii odbędzie się z wykorzystaniem już istniejących struktur, a zatem bez dublowania kompetencji i tworzenia dodatkowych podmiotów.

Nad wdrażaniem Strategii oraz jej monitorowaniem i ewaluacją czuwać będzie Zarząd Województwa Wielkopolskiego poprzez właściwą komórkę organizacyjną ds. turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego. Zadaniem tej jednostki będzie koordynacja realizacji poszczególnych kierunków działań, a także inicjowanie współpracy z wybranymi interesariuszami procesów rozwojowych w zakresie turystyki. Będzie to również bezpośrednia realizacja odpowiednich kierunków działań w ramach kompetencji Urzędu i dostępnych środków finansowych. Komórka ta będzie również zbierać wiedzę dotyczącą wdrażania Strategii.

Kluczowym partnerem Zarządu Województwa będzie Wielkopolska Organizacja Turystyczna (WOT). Oznacza to, iż cele i kierunki działań wskazane w Strategii będą jednocześnie podstawowymi celami działań WOT i zostaną każdorazowo ujęte priorytetowo w programie pracy WOT na dany rok. Wymagać to będzie zapewnienia odpowiedniego finansowania (środki własne, dodatkowe środki członków WOT, środki zewnętrzne), a także zasobów kadrowych i organizacyjnych. Umożliwi to koncentrację sił i środków Samorządu Województwa oraz WOT na obszarach priorytetowych, a także wyeliminuje podejmowanie działań przypadkowych i jednorazowych, nierealizujących Strategii.

Jako stowarzyszenie skupiające różnych interesariuszy rynku turystycznego (samorząd województwa, samorządy lokalne, przedsiębiorstwa turystyczne, organizacje pozarządowe, świat

nauki) WOT, będąc naturalną platformą współpracy poszczególnych partnerów, integrować będzie odpowiednie działania w celu zapewnienia skutecznej realizacji Strategii.

Harmonogram realizacji Strategii

Realizacja celów operacyjnych w poszczególnych celach strategicznych uzależniona będzie od dostępnych środków finansowych dla konkretnych kierunków działań. Dla każdego celu strategicznego zaproponowano więc ramowy harmonogram wdrażania (obejmujący cały okres realizacji strategii tzn. od II kwartału 2016 roku do IV kwartału 2020 roku), nie uszczegóławiając go do poziomu kierunków działania ze względu na lukę informacyjną dotyczącą możliwości finansowych oraz wsparcia instytucjonalnego dla każdego z nich.

W trakcie realizacji Strategii przyjęte zostaną roczne plany działań dla poszczególnych komórek organizacyjnych Urzędu Marszałkowskiego, jednostek podległych Samorządowi Województwa Wielkopolskiego oraz Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej, obejmujące roczne harmonogramy wdrożeniowe.

Okresem realizacji Strategii, a więc realizacji działań i projektów służących osiągnięciu założonych celów, będzie zatem czas od II kwartału 2016 roku do IV kwartału 2020 roku. W okresie obowiązywania Strategii prowadzony będzie bieżący monitoring, a w jego połowie zostanie przeprowadzona ewaluacja Strategii.

6.2 Potencjalne źródła finansowania Strategii w latach 2016-2020

Ponieważ generalnie dokumenty strategiczne mają charakter ogólny, kierunkowy, trudno jest precyzyjnie oszacować i przyporządkować środki niezbędne do realizacji celów wyznaczonych w tych dokumentach. Tak jest również w przypadku *Strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku*. Wiąże się to nie tylko z trudnością w określeniu środków, które będą pochodzić z funduszy unijnych oraz innych potencjalnych źródeł finansowania przedsięwzięć turystycznych, ale również ze znaczą liczbą podmiotów mających bezpośredni i pośredni wpływ na rozwój turystyki w regionie. Stąd też finansowanie zadań wynikających ze Strategii można określić jedynie kierunkowo poprzez wskazanie potencjalnych jego źródeł, przy braku możliwości szacunku ich skali.

Potencjalne źródła finansowania, w tym zewnętrznego:

- budżet województwa wielkopolskiego,
- budżety samorządów powiatowych i gminnych,
- środki pochodzące z funduszy unijnych,
- środki własne Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej,

- środki prywatne,
- środki z budżetu państwa (w tym budżetu ministra właściwego ds. turystyki),
- środki innych partnerów zaangażowanych w osiągnięcie celów Strategii, w tym organizacji pozarządowych o zasięgu regionalnym i lokalnym (np. lokalnych organizacji turystycznych, LGD).

6.3 Zasady monitorowania i oceny realizacji Strategii

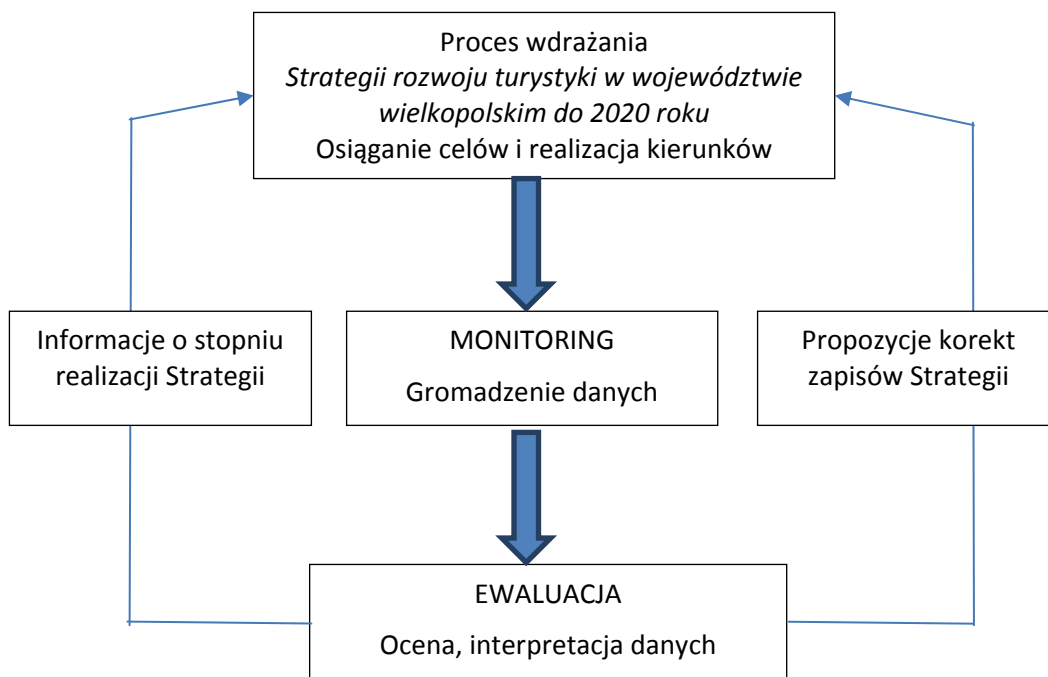
Istotnym wymogiem, stawianym dokumentom szczebla strategicznego, jest wewnętrzny system monitorowania i ewaluacji postępów we wdrażaniu oraz osiąganiu założonych celów, a w konsekwencji osiągnięciu stanu zakładanego w wizji.

Metodyczne dążenia do realizacji celów powinny podlegać ocenie, by w razie wykrycia nieprawidłowości, bądź stwierdzenia konieczności modyfikacji systemu realizacji, było możliwe dokonywanie odpowiednich korekt działań wdrażania w tym zakresie. Konieczne jest zatem stworzenie pełnego systemu, obejmującego:

- monitoring, czyli podsystem zbierania i selekcjonowania informacji,
- ewaluację, czyli podsystem oceny i interpretacji zgromadzonego materiału.

Obrazuje to schemat na ryc. 3.

Ryc. 3 Monitoring i ewaluacja *Strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku*



Źródło: opracowanie własne

Przez monitoring rozumie się ciągłą, bieżącą obserwację realizacji Strategii, w tym cykliczne raportowanie postępów jej wdrażania. Istotą monitoringu Strategii będzie więc gromadzenie, opracowywanie i przekazywanie informacji przydatnych w zarządzaniu rozwojem turystyki w województwie wielkopolskim. Monitoring realizacji celów strategicznych opierać będzie się na miernikach określonych dla każdego z celów, które podlegać będą bieżącej obserwacji. Zamieszczona w dokumencie lista mierników nie wyczerpuje wszystkich możliwych wskaźników, jakie mogą być zastosowane w monitorowaniu Strategii. W zależności od potrzeb możliwe będzie stosowanie innych miar oceny.

Ewaluacja, przeprowadzona w połowie okresu obowiązywania Strategii, oznaczać będzie z kolei ocenę stopnia osiągnięcia celów Strategii, a także skuteczności jej systemu realizacyjnego. Wnioski i rekomendacje wynikające z tego badania ewaluacyjnego mogą posłużyć do rozważenia ewentualnej modyfikacji zapisów Strategii, bądź systemu jej wdrażania.

Za monitorowanie realizacji Strategii odpowiedzialna będzie właściwa komórka organizacyjna ds. turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego w Poznaniu. W szczególności zbierać będzie ona informacje o stopniu realizacji Strategii, dokonywać jej ewaluacji, a także przygotowywać propozycje ewentualnych zmian w zapisach Strategii.

Załącznik do
Strategii rozwoju turystyki
w województwie wielkopolskim do 2020 roku

ZARZĄD WOJEWÓDZTWA WIELKOPOLSKIEGO



DIAGNOZA TURYSTYKI W WOJEWÓDZTWIE WIELKOPOLSKIM

Poznań, 2014 – 2015

Opracowanie przygotowane na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego przez:

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

Akademię Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego w Poznaniu

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu

Redaktorzy:

prof. dr hab. Stefan Bosiacki (AWF), prof. dr hab. Grzegorz Gołembski (UEP), prof. dr hab. Krzysztof Kasprzak (UP), prof. dr hab. Zygmunt Młynarczyk (UAM)

Redaktorzy techniczni:

dr Krzysztof Piotrowski (UAM), dr Klaudiusz Świącicki (UAM), mgr inż. Remigiusz Tritt (UAM)

Autorzy:

prof. dr hab. Stefan Bosiacki (AWF), prof. dr hab. Grzegorz Gołembski (UEP), dr Jowita Górka (AWF), dr Bernadeta Hołderna-Mielcarek (AWF), dr Magdalena Jakubowska (AWF), prof. dr hab. Krzysztof Kasprzak (UP), dr Ewa Klebba (UAM), mgr Agata Kosińska (UAM), dr Katarzyna Majchrzak (AWF), dr Janusz Majewski (UP), dr Adam Marciniak (UAM), dr Dorota Matuszewska (UAM), dr Łukasz Nawrot (UEP), dr Marcin Olszewski (UEP), dr Krzysztof Piotrowski (UAM), dr Ilona Potocka (UAM), dr Anna Przybylska (UAM), dr Mateusz Rogowski (UAM), mgr Ewa Jolanta Stroik (UAM), dr Joanna Śniadek (AWF), dr Klaudiusz Świącicki (UAM), prof. UAM dr hab. Alina Zajadacz (UAM), dr Piotr Zmyślony (UEP)

Spis treści

1	Ogólna charakterystyka i ocena województwa w kontekście możliwości rozwojowych turystyki	5
1.1	Położenie, wielkość, ludność, podstawowe uwarunkowania rozwoju turystyki	5
1.2	Zasoby i ochrona środowiska	6
1.3	Podstawowe wskaźniki gospodarcze.....	13
1.4	Czynniki sprzyjające i utrudniające rozwój turystyki w województwie	15
2	Diagnoza turystyki wielkopolskiej	28
2.1	Analiza atrakcyjności turystycznej województwa wielkopolskiego	28
2.1.1	Analiza walorów naturalnych.....	28
2.1.1.1	Ukształtowanie powierzchni	28
2.1.1.2	Budowa geologiczna	30
2.1.1.3	Walory geoturystyczne	30
2.1.1.4	Warunki bioklimatyczne.....	31
2.1.1.5	Wody w Wielkopolsce.....	33
2.1.1.6	Szata roślinna	34
2.1.1.7	Świat zwierzęcy	36
2.1.1.8	Parki oraz ogrody botaniczne i zoologiczne	36
2.1.1.9	Ochrona przyrody.....	37
2.1.2	Analiza walorów antropogenicznych	39
2.1.3	Miasta i powiaty wyróżniające się atrakcyjnością turystyczną – przestrzenne zróżnicowanie województwa pod kątem atrakcyjności turystycznej	41
2.1.4	Główne imprezy turystyczne (kulturalne, rozrywkowe, sportowe, rekreacyjne) w województwie wielkopolskim	44
2.2	Analiza i prognoza przyjazdowego ruchu turystycznego.....	45
2.2.1	Przyjazdy turystów krajowych i zagranicznych do miejscowości w województwie wielkopolskim	46
2.2.2	Turyści odwiedzający główne atrakcje turystyczne w Wielkopolsce	50
2.2.3	Ruch turystyczny rejestrowany w bazie noclegowej	52
2.2.4	Obszary wyróżniające się wielkością ruchu turystycznego	56
2.3	Infrastruktura i usługi turystyczne.....	59
2.3.1	Baza noclegowa zbiorowego i indywidualnego zakwaterowania i jej wykorzystanie.....	59
2.3.1.1	Obiekty noclegowe i ich wykorzystanie w przekroju powiatów	60
2.3.1.2	Stopień wykorzystania miejsc noclegowych wg powiatów.....	61
2.3.1.3	Hotele.....	61
2.3.1.4	Baza żywieniowa i gastronomia hotelarska	62
2.3.2	Baza gastronomiczna	62
2.3.3	Dostępność komunikacyjna i transport turystyczny: drogowy, kolejowy, lotniczy, wodny.....	64
2.3.3.1	Sieć drogową	64
2.3.3.2	Sieć kolejową.....	70
2.3.3.3	Dostępność lotnicza	73
2.3.3.4	Drogi wodne	75
2.3.4	Szlaki turystyczne	76
2.3.4.1	Szlaki turystyki aktywnej	76
2.3.4.2	Szlaki kulturowe	85
2.3.5	Obiekty sportowe o funkcji turystyczno – rekreacyjnej.....	92
2.3.6	Informacja turystyczna.....	95

2.3.7	Usługi towarzyszące (wybrane rodzaje działalności paraturystycznej – kina, teatry, służba zdrowia)	97
2.3.8	Organizacje pozarządowe w turystyce.....	103
2.3.9	Innowacyjność w zakresie turystyki	108
2.3.10	Analiza potencjału instytucji tworzenia i upowszechniania kultury w województwie wielkopolskim pod względem możliwości ich wykorzystania turystycznego	115
2.3.11	Obszary wyróżniające się potencjałem recepcyjnym i usługowym w Wielkopolsce	117
2.4	Pozostałe wybrane elementy gospodarki turystycznej.....	119
2.4.1	Zatrudnienie, kwalifikacje i kształcenie kadry turystycznej	119
2.4.2	Imprezy i wydarzenia podnoszące atrakcyjność turystyczną regionu	124
2.4.3	Wydatki na turystykę z budżetów samorządów terytorialnych.....	127
2.4.4	Wsparcie projektów turystycznych realizowanych w województwie wielkopolskim ze środków funduszy strukturalnych Unii Europejskiej.....	132
3	Bilans uwarunkowań rozwojowych wraz z identyfikacją produktów turystycznych	144
3.1	Obszary wyróżniające się możliwościami rozwojowymi w dziedzinie turystyki	144
3.2	Dominujące formy turystyki (identyfikacja produktów turystycznych województwa wielkopolskiego).....	156
3.2.1	Turystyka kulturowa	156
3.2.2	Wybrane formy turystyki aktywnej.....	159
3.2.3	Turystyka wypoczynkowa	162
3.2.4	Agroturystyka i turystyka wiejska	162
3.2.5	Turystyka biznesowa	170
3.2.6	Turystyka tranzytowa.....	172
3.3	Identyfikacja produktów markowych.....	174
4	Turystyka wielkopolska w świetle krajowych, europejskich i światowych trendów rozwojowych	181
4.1	Kierunki rozwojowe turystyki polskiej w świetle statystyki publicznej oraz programów i strategii krajowych	181
4.2	Możliwości wsparcia projektów turystycznych z funduszy UE w perspektywie finansowej 2014 – 2020	201
4.3	Pozycja województwa wielkopolskiego na tle trendów regionalnych i europejskich.....	207
4.4	Atrakcyjność i konkurencyjność turystyki wielkopolskiej i jej zasobów na tle kraju i województw sąsiednich	212
4.5	Kierunki rozwoju turystyki w świetle wojewódzkich i lokalnych programów i strategii oraz planów przestrzennych.....	213
5	Problemy / bariery związane z rozwojem turystyki w województwie wielkopolskim (w tym dostępność dla osób z niepełnosprawnościami)	221
6	Synteza uwarunkowań rozwojowych.....	245
6.1	Uwarunkowania rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim	245
6.2	Identyfikacja i ocena głównych problemów, determinant i wyzwań rozwojowych dla turystyki w województwie wielkopolskim (wnioski i rekomendacje)	252
	Bibliografia	254
	Załącznik.....	264
	Wybrane imprezy kulturalne, rozrywkowe, sportowe, rekreacyjne w województwie wielkopolskim	264

1 Ogólna charakterystyka i ocena województwa w kontekście możliwości rozwojowych turystyki

1.1 Położenie, wielkość, ludność, podstawowe uwarunkowania rozwoju turystyki

Województwo wielkopolskie leży na Niziu Polskim wzdłuż pradoliny Toruńsko – Eberswaldzkiej oraz Warciańsko – Odrzańskiej. Układ rzeczny województwa ma charakter równoleżnikowy i osadzony jest wzdłuż doliny Warty oraz jej dopływów Noteci i Proсны. Rozciągłość województwa z południa na północ wynosi 291,6 km, a z zachodu na wschód 229,5 km¹. Urozmaicony krajobraz został ukształtowany przez lądolód skandynawski. W zachodniej i północnej części Wielkopolski występują liczne jeziora, tam też występuje największe zalesienie – 40% (Kruczek 2009).

Powierzchnia województwa wielkopolskiego wynosi 29 826 km², co stanowi 9,5% powierzchni kraju. Liczba ludności sięga 3,46 mln, z czego ponad 55% mieszka w miastach. Właśnie mieszkańcy miast generują głównie ruch turystyczny i w większości przyjmują turystów krajowych i zagranicznych. Zagęszczenie ludności wynosi 116 osób na km² i jest nieco niższe od średniej krajowej (123 osoby)². Województwo wydaje się być atrakcyjnym turystycznie zważywszy na fakt, że 31,6% jego powierzchni zajmują obszary o szczególnych walorach przyrodniczych, prawnie chronione. Należy mieć przy tym na uwadze, że nie świadczy to jednak automatycznie o wysokiej atrakcyjności w oczach turystów.

Rozwój turystyki na wybranych obszarach uzależniony jest (oprócz walorów przyrodniczych i kulturowych) przede wszystkim od bazy noclegowej, stanu środowiska naturalnego oraz dochodów budżetów samorządowych i wzrostu wynagrodzeń.

Wyznacznikiem podaży turystycznej jest baza noclegowa, w której obserwuje się zmiany zarówno ilościowe, jak i jakościowe. Bardzo dynamicznie wzrasta liczba hoteli – bazy skategoryzowanej zaspakajającej w najlepszy sposób wymagania turystów. W latach 2000 – 2012 liczba hoteli w Wielkopolsce wzrosła z 71 do 216 obiektów, to jest ponad trzykrotnie. Z kolei baza należąca to tzw. innych obiektów noclegowych – nieskategoryzowana (domy wycieczkowe, schroniska ośrodki wczasowe itp.) ulegała zmniejszeniu. Świadczy to z jednej strony o poprawie jakości bazy i jej dostosowywaniu się do wzrostu oczekiwań klientów, z drugiej natomiast o zmniejszeniu możliwości uprawiania turystyki przez takie grupy odbiorców jak młodzież, osoby

¹ dane Głównego Urzędu Geodezji i Kartografii

² Rocznik Statystyczny Województwa Wielkopolskiego 2014

starsze oraz mniej zamożny segment społeczeństwa obejmowany dotąd opieką socjalną. Miarą rozwoju turystyki oraz wzrostu zamożności społeczeństwa jest stale wzrastająca ilość korzystających z noclegów na 1000 mieszkańców. Ilość ta wzrosła z 336 osób w 2000 roku do 467 w 2012, a więc o prawie 40%. Mimo to Wielkopolska nie jest w czołówce turystycznych regionów naszego kraju. Korzystający z noclegów w naszym województwie stanowią jedynie 7,1% nocujących w kraju.

Jednym z warunków uprawiania turystyki jest czystość środowiska. W tej materii Wielkopolska plasuje się lepiej od średniej krajowej. Emisja zanieczyszczeń gazowych stanowi 7,7% normy krajowej (przy wielkości powierzchni równej 9,5% powierzchni kraju), a pyłowych 8,9%. Odsetek ludności korzystającej z oczyszczalni ścieków wzrósł z 52,7% w 2000 roku do ponad 75% w 2012.

Podstawową przesłanką wzrostu uczestnictwa w turystyce ludności kraju są wzrastające dochody budżetowe i wzrost wynagrodzeń. W tej materii nastąpił znaczący progres. W latach 2000 – 2012 dochody budżetów gminnych per capita wzrosły o 250% (z 1174 zł do 2949 zł), a dochody budżetów miast na szczeblu powiatu o 245% (z 1979 zł do 4880 zł). Przyjmując nawet istniejące w owych latach wskaźniki inflacji, wzrost realny był dwukrotny³. W ślad za tymi dochodami, chociaż znacznie wolniej, wzrastają dochody ludności. W latach 2005 – 2012 przeciętne wynagrodzenie w Wielkopolsce wzrosło o 50% (z 2150 złotych w 2005 do 3218 w 2012 roku).

1.2 Zasoby i ochrona środowiska

Województwo wielkopolskie obejmuje tereny nizinne, w dominującej mierze położone na wysokości od 60 do 120 m n.p.m. Występujące, równoleżnikowe zróżnicowanie rzeźby terenu, a w konsekwencji walorów krajobrazowych, jest wynikiem działalności zlodowaceń plejstoceńskich. W części północnej i środkowej województwa występuje krajobraz młodoglacjalny, ukształtowany w zlodowaczeniu vistulian (bałtyckim). Strefa ta obejmuje pojezierza z licznymi jeziorami rynnowymi i zróżnicowaną rzeźbą terenu. Część południową Wielkopolski (na południe południe od linii Zielona Góra – Leszno – Konin) ukształtowaną przez wcześniejsze nasunięcia lądolodu (zlodowaczenie środkowopolskie) cechuje krajobraz staroglacjalny. Występują tu wysoczyzny, równiny, brak jest natomiast jezior. Zróżnicowanie środowiska przyrodniczego województwa znajduje odzwierciedlenie w podziale na krainy geograficzne, do których (przesuwając się od północy w kierunku południa) należą: Pradolina Toruńsko-Eberswaldzka (Notecka), Pojezierze Wielkopolskie, Pradolina Warciańsko-Odrzańska (Berlińska), Wzniesienia Zielonogórskie, Pojezierze Leszczyńskie, Nizina

³ GUS – tablice przeglądowe

Południowowielkopolska (Środkowowarciańska), Obniżenie Milicko-Głogowskie oraz Wał Trzebnicki (Wzniesienia Śląsko-Wielkopolskie)⁴.

Użytkowanie terenu województwa wielkopolskiego jest zróżnicowane. W jego północnej i zachodniej części przeważają lasy z licznymi zbiornikami wodnymi. Część południowa i południowo-wschodnia to przede wszystkim obszary rolnicze. Na wschodnich terenach województwa rozwinęła się energetyka oparta o naturalne zasoby węgla brunatnego oraz górnictwo soli kamiennej. W Wielkopolsce rozwija się również przemysł wydobywczy gazu ziemnego – odwierty złóż prowadzone są w powiecie ostrowskim, międzychodzkiem i wrzesińskim⁵. W strukturze użytkowania terenu (tab. 1) dominują grunty orne (ponad 65,1 % ogółu powierzchni województwa), których odsetek jest większy niż w skali kraju (60,2%). Jednocześnie udział powierzchni leśnych (26,6%) jest mniejszy niż średnia dla kraju (30,7%), natomiast gruntów wykorzystanych pod zabudowę taki sam jak ogółem w Polsce (5,1%).

Tab. 1 Wykorzystanie i ochrona zasobów powierzchni Ziemi w woj. wielkopolskim

Cecha	2011	2013
Powierzchnia ogólna województwa w tys. ha, w tym:	2982,7	2982,7
Użytki rolne, w tym:	1942,7	1929,7
a/ grunty orne, sady, łąki trwałe i pastwiska	1878,5	1864,8
b/ grunty rolne zabudowane	41,5	42,0
Grunty leśne oraz zadrzewione i zakrzewione	794,7	796,4
Grunty pod wodami, w tym:	43,0	43,6
powierzchniowymi:	43,0	43,6
a/ płynącymi	36,0	36,8
b/ stojącymi	7,0	6,8
Grunty zabudowane i zurbanizowane, w tym:	151,9	155,5
a/ tereny mieszkaniowe	29,7	31,2
b/ komunikacyjne	85,8	87,0
c/ użytki kopalne	4,3	4,2
Użytki ekologiczne	2,0	2,4
Nieużytki	36,4	36,3
Użytki rolne wyłączone na cele nierolnicze w ha	181	159
Grunty zdewastowane i zdegradowane wymagające rekultywacji	9,8	9,1

Źródło: opracowano w oparciu o: *Ochrona środowiska, 2012, GUS; Ochrona środowiska, 2014, GUS.*

Do najważniejszych **złóż kopalin** zaliczyć można zasoby energetyczne: węgiel brunatny, gaz ziemny oraz ropę naftową.⁶ Istotne znaczenie dla rozwoju funkcji turystycznej i rekreacyjnej mają zasoby **wód leczniczych, zmineralizowanych i wód termalnych**. Występują one na znacznym

⁴ za Kondracki 1994, Mazurek 2014.

⁵ *Raport o stanie środowiska w woj. wielkopolskim 2014*, Wojewódzki Inspektorat Ochrony Środowiska w Poznaniu.

⁶ *Diagnoza sytuacji społeczno-gospodarczej w woj. wielkopolskim*. Zarząd Województwa Wielkopolskiego, 2011,

<http://www.umwww.pl/attachments/article/16761/Diagnoza%20sytuacji%20spo%20C5%82eczno-%20gospodarczej%20z%202011r.pdf> [dostęp: 15.09.2014].

obszarze centralnej, wschodniej i południowej Wielkopolski. Są to wody chlorkowe, chlorkowo-sodowe, bromkowe i borowe o różnym stopniu mineralizacji⁷. Wody mineralne oraz termalne stanowią potencjał do rozwoju **turystyki uzdrowiskowej**⁸. Obecnie w województwie wielkopolskim brak jest obszarów o funkcji uzdrowiskowej. Pretenduje do nich powiat międzychodzki (na bazie zasobów wód zmineralizowanych oraz złóż borowin).

Wielkopolska, obok Lubelszczyzny, Pomorza czy Mazowsza, wymieniana jest jako obszar najbardziej perspektywiczny pod względem występowania gazu z łupków. Eksploatacja zasobów naturalnych powoduje jednak, że województwo wielkopolskie ma większy (0,3%) niż występujący w skali kraju (0,2%) odsetek gruntów zdewastowanych i zdegradowanych (tab. 1), głównie w wyniku działalności kopalni surowców. **Potencjał zasobów odnawialnych wykorzystywanych na cele energetyczne** obejmuje energię: wiatru, słoneczną, wody, geotermalną oraz pochodzącą z biomasy i biogazu.

Energia wiatru – najlepsze możliwości wykorzystania energii wiatru jako odnawialnego źródła energii występują we wschodniej Wielkopolsce, na wschód od Słupcy. Dobre warunki mają miejsce także w centralnej i zachodniej części regionu. W województwie wielkopolskim zlokalizowanych jest 18% elektrowni wiatrowych działających w Polsce.⁹

Energia słoneczna – na obszarze Polski wyodrębnić można cztery podstawowe regiony napromieniowania słonecznego. Największy dopływ energii słonecznej obserwuje się na wybrzeżu (rejon I) oraz we wschodniej części kraju (rejon II), natomiast najmniejszy – występuje na południu Polski (rejon IV). Wielkopolska znajduje się w rejonie III i w porównaniu z innymi częściami kraju charakteryzuje się średnimi zasobami energii słonecznej. Roczna wartość promieniowania słonecznego w Polsce na płaszczyznę poziomą waha się w granicach 950 – 1250 kWh/m².

Energia wody – w Wielkopolsce od lat obserwowany jest niekorzystny bilans wodny – opady i spływ jednostkowy są poniżej średniej krajowej. Najmniejsze zasoby wody występują w centralnej i południowo-wschodniej części województwa, natomiast największe w części północnej (zlewnie: Gwdy, Drawy i Łobżonki). Ze względu na nizinne ukształtowanie terenu i niewielkie spadki rzek, przy budowie elektrowni wodnych potrzebne są piętrzenia na ciekach.

W Wielkopolsce istnieją perspektywy wykorzystania energii geotermalnej. Wody termalne występujące na głębokości 1000 m p.p.t. osiągają temperatury powyżej 40^oC niemal w całej

⁷ j. w.

⁸ Charakterystykę wód leczniczych, termalnych, solanek przedstawia Bank Wód Mineralnych, Państwowy Instytut Geologiczny, <http://mineralne.pgi.gov.pl/> [dostęp: 12.09.2014].

⁹ Diagnoza sytuacji społeczno-gospodarczej w woj. wielkopolskim. Zarząd Województwa Wielkopolskiego, 2011,

<http://www.umwww.pl/attachments/article/16761/Diagnoza%20sytuacji%20spo%C5%82eczno-%20gospodarczej%20z%202011r.pdf> [dostęp: 15.09.2014].

Wielkopolsce. Do obszaru, na którym temperatura przekracza 45-50°C, zaliczyć można teren położony pomiędzy Koninem, Kaliszem i Leszmem. Na głębokości powyżej 2000 m p.p.t. w północnej części regionu temperatury wynoszą 55-70°C, natomiast na pozostałych obszarach Wielkopolski osiągają powyżej 70°C (na południowy wschód od Poznania nawet 80°C). Na głębokości 3000 m p.p.t. temperatury wynoszą powyżej 90°C, a na obszarze obejmującym Poznań, Konin i Kalisz temperatury przekraczają 110°C. Pomiędzy Poznaniem, Koninem i Kaliszem, na głębokości 4000 m p.p.t., występują wody o temperaturze ponad 140°C¹⁰. Odwierty geotermalne wykonane w Koninie wykazały temperaturę 94°C w otworach dolnej jury tj. głębokości 2577-2610 m. Stanowi to o potencjale wykorzystania wód geotermalnych na cele rekreacyjne.

Energia biomasy i biogazu stanowi w Wielkopolsce, podobnie jak w całej Polsce, podstawowe źródło energii odnawialnej, pozyskiwanej z rolnictwa (zarówno produkcji roślinnej jak i zwierzęcej), leśnictwa, gospodarki komunalnej (oczyszczalnie ścieków, składowiska odpadów). Biogaz jest wytwarzany z biomasy i stanowi paliwo do produkcji energii energetycznej i ciepłej. Na terenie województwa znajdują się instalacje korzystające z biogazu, m. in. w Poznaniu, Suchym Lesie i kilku innych gminach.

Gleby użytków rolnych województwa wielkopolskiego zaliczane są do średniej i niskiej jakości, ale są one w małym stopniu zanieczyszczone i stwarzają dobre warunki do produkcji tzw. „zdrowej żywności”. Stale wzrasta liczba gospodarstw ekologicznych, gdzie stosuje się nawozy i środki ochrony roślin sprzyjające zachowaniu potencjału ekologicznego oraz bioróżnorodności¹¹. Sytuacja ta sprzyja rozwojowi agro- i ekoturystyki.

Powierzchnia **obszarów leśnych** w 2013 r. w województwie wielkopolskim wynosiła 796,4 tys. ha. Najbardziej rozległe kompleksy leśne znajdują się w północno-zachodniej części Wielkopolski. Największą lesistością charakteryzuje się podregion pilski – 38,4%, najniższą podregion koniński – 16,3%. Wśród powiatów największa lesistość występuje w takich jak: czarnkowsko-trzcieński (50,7%), złotowski (46,2%) oraz międzychodzki (44,5%), natomiast najmniejsza w powiecie: kolskim (11,6%), kościańskim (13,5%) oraz gostyńskim (13,9%)¹². Ponadto niska lesistość jest typowa w miastach na prawach powiatu: Koninie (3,2%), Kaliszu (5,8%) i Lesznie (7,5%). W przypadku Poznania wynosi ona 14,1%. Pod względem własności dominują lasy publiczne (ponad 80% ogólnej

¹⁰ Strategia wzrostu efektywności energetycznej i rozwoju odnawialnych źródeł energii w Wielkopolsce na lata 2011-2020 – Wielkopolska Agencja Zarządzania Energią; Poznań 2011 r.

¹¹ Główny Inspektorat Ochrony Środowiska
http://www.gios.gov.pl/stansrodowiska/gios/pokaz_arttykul/pl/front/raport_regionalny/wielkopolskie
[dostęp: 15.09.2014].

¹² Program ochrony środowiska woj. wielkopolskiego na lata 2012-2015,
<http://www.bip.umww.pl/pliki/eradni/3/109/4230/15029/uchwala-xxviii-510-2012z.pdf> [dostęp: 15.09.2014].

powierzchni obszarów leśnych), pozostałą część stanowią lasy prywatne¹³. Zagrożenie dla funkcjonowania ekosystemów leśnych stanowią pożary (powodowane także przez turystów) oraz śmieci (szczególnie w sąsiedztwie dużych aglomeracji oraz szlaków turystycznych).

Zasoby wodne obejmują wody powierzchniowe (płynące, stojące) i podziemne. Wielkopolska należy do dorzecza Odry. Ponad 26 695 km², tj. około 88% obszaru, odwadniane jest przez system rzeczny Warty. Pozostałe części odwadniają systemy rzeczne Baryczy, Krzyckiego Rowu i Obrzycy. Łączna długość rzek i kanałów w Wielkopolsce wynosi blisko 7,1 tys. km. Do głównych rzek regionu należą Warta (długość: 369 km na obszarze Wielkopolski) i Noteć (190 km w Wielkopolsce), które przy wykorzystaniu połączeń z jeziorami stwarzają potencjał do rozwoju turystyki wodnej (m.in. na szlaku Wielkiej Pętli Wielkopolski). Na pojezierzach, głównie w części północnej i środkowej regionu, występują 62 jeziora o powierzchni powyżej 100 ha, 58 jezior o powierzchni 51-100 ha i 679 o powierzchni do 50 ha. Do największych jezior należą: Powidzkie (powiat słupecki, 1036 ha), Zbąszyńskie (powiat nowotomyski, 742 ha) oraz Niedzięgiel (powiat gnieźnieński, 551 ha). Z kolei do najgłębszych zalicza się jezioro: Popielewskie (powiat gnieźnieński – 45,8 m), Powidzkie (powiat słupecki – 45,4 m) oraz Śremskie (powiat międzychodzki – 45,0 m). Do gmin, w których jeziora zajmują największą powierzchnię należą: Chrzypsko Wielkie, Powidz, Ostrowite, Skulsk, Sieraków, Trzemeszno. W regionie zlokalizowanych jest 31 sztucznych zbiorników wodnych, największe z nich to zbiorniki: Słupca o pojemności całkowitej 6,4 hm³, Jastrowie (6,2 hm³) oraz Szałe (4,4 hm³)¹⁴. W Wielkopolsce od lat obserwowany jest niekorzystny bilans wodny (opady i spływ jednostkowy są poniżej średniej krajowej). Najmniejsze zasoby wody występują w centralnej i południowo-wschodniej części regionu, w pasie terenu od Poznania do Kalisza, obejmującym zlewnie rzek: Proсны, Rgilewki, Kiełbaski, Meszny, Powy, Wrześnicy i Czarnej Strugi. Największe zasoby wody występują w zlewniach rzek położonych w północnej części województwa: Gwdy, Drawy oraz Łobżonki. Obszar zlewni Warty jest najbardziej dotkniętym przez suszę terenem w Polsce¹⁵. Wody powierzchniowe województwa wielkopolskiego są poddane dużej antropopresji. Ich stan jest wypadkową wielu czynników działających zarówno bezpośrednio (np. zrzuty ścieków), jak i pośrednio poprzez użytkowanie terenu i działalność gospodarczą, turystykę oraz rekreację.

¹³ Diagnoza sytuacji społeczno-gospodarczej w woj. wielkopolskim. Zarząd Województwa Wielkopolskiego, 2011,
<http://www.umwww.pl/attachments/article/16761/Diagnoza%20sytuacji%20spo%C5%82eczno-%20gospodarczej%20z%202011r.pdf> [dostęp: 15.09.2014].

¹⁴ J. w.

¹⁵ J. w.

Badania **jakości wód** – stanu i ich ekologicznego potencjału prowadzone są w obrębie jednolitych części wód powierzchniowych (JCW)¹⁶. W granicach województwa wielkopolskiego znajduje się w całości lub częściowo 459 jednolitych części wód powierzchniowych, w tym 331 wydzielonych na zlewniach rzek oraz 128 wydzielonych na zlewniach jezior.

Badania **wód płynących**, przeprowadzone w 2013 r. przez WIOŚ¹⁷ dotyczące stanu i potencjału ekologicznego, objęły 73 stanowiska. Dobry stan/potencjał ekologiczny charakteryzował 10 JCW (13,7%), umiarkowany stan/potencjał ekologiczny określono dla 58 JCW (79,5), słaby dla 5 (6,8%). Żadnej z badanych JCW nie przypisano bardzo dobrego lub złego stanu/potencjału ekologicznego.

W ramach monitoringu stanu **wód w jeziorach**, przeprowadzono badania dla 23 jednolitych części wód stojących w 2013 r.¹⁸, zgodnie z którym stanem ekologicznym: bardzo dobrym charakteryzowały się 3 JCW, dobrym 2 JCW, umiarkowanym 7 JCW, słabym 6 JCW, natomiast złym 5 JCW.

Badania stanu jednolitych części **wód podziemnych** wykonane przez Państwowy Instytut Geologiczny w 2013 r.¹⁹ wykazały: wody dobrej jakości na 7,5% stanowisk, zadowolającej – na 71,6% stanowisk, niezadowolającej na 19,4% stanowisk, a złej na 1,5% stanowisk. Wód o bardzo dobrej jakości nie oznaczono.

Jakość powietrza atmosferycznego uzależniona jest od wielkości i lokalizacji źródeł emisji, z uwzględnieniem przepływów transgranicznych. Przestrzenny rozkład emisji w Wielkopolsce jest zróżnicowany. Największe skupiska emitorów punktowych, a także znaczna emisja liniowa, związane są z obszarami zurbanizowanymi dużych miast. Ponadto największe skupiska emitorów punktowych zlokalizowane są we wschodniej części województwa, w której rozwija się przemysł energetyczny²⁰.

Ocena jakości powietrza za rok 2013²¹ wykazała, że pod względem ochrony zdrowia najmniej sprzyjające warunki występują w aglomeracji Poznańskiej i mieście Kaliszu – ze względu na przekroczenia dopuszczalnego poziomu pyłu PM10 i przekroczenia poziomu docelowego benzo(a)pirenu. W przypadku Kalisza został także przekroczony poziom dopuszczalny pyłu PM2,5. Pozostałe zanieczyszczenia oceniane pod kątem ochrony zdrowia we wszystkich strefach odpowiadają normom klasy A.

¹⁶ Pojęcie to, za Ramową Dyrektywą Wodną (RDW) wprowadzono w Ustawie z dnia 18 lipca 2001 r. Prawo wodne (Dz. U. 2001 Nr 115 poz. 1229).

¹⁷ *Raport o stanie środowiska w Wielkopolsce w roku 2013 r.* Wojewódzki Inspektorat Ochrony Środowiska w Poznaniu, 2014.

¹⁸ J. w.

¹⁹ J. w.

²⁰ J. w.

²¹ J. w.

Gospodarka odpadami obejmuje m. in. ich składowanie. W 2013 r.²² na terenie województwa zebrano 57 688,8 Mg odpadów opakowaniowych, z czego do recyklingu przekazano 51 775,7 Mg. W gospodarce tej wykorzystywane są instalacje do odzysku i unieszkodliwiania odpadów poza składowiskiem. W Wielkopolsce w 2013 r. eksploatowano: 29 sortowni niesegregowanych odpadów komunalnych i/lub odpadów z selektywnej zbiórki, 20 kompostowni, 8 biogazowni wykorzystujących odpady komunalne do produkcji energii elektrycznej i/lub ciepłej. Ponadto funkcjonowały instalacje, w których przetwarzano odpady inne niż komunalne.

Porównując działania związane z ochroną środowiska podejmowane w województwie wielkopolskim z sytuacją w kraju (tab. 2) można stwierdzić, że pod względem takich cech jak: udział powierzchni przyrodniczo cennych, objętych ochroną w powierzchni całkowitej województwa, czy stopień redukcji pyłowych zanieczyszczeń powietrza, sytuacja w Wielkopolsce jest zbliżona do średnich wartości dla Polski.

Tab. 2 Podstawowe wskaźniki z zakresu ochrony środowiska w 2013 r.

Cecha	woj. wlkp.	Polska
Stopień redukcji wytworzonych zanieczyszczeń powietrza^a		
pyłowych w %	99,7	99,8
gazowych w%	64,4	59,1
Pobór wody na potrzeby gospodarki narodowej i ludności na 1 km² w dam³	59,1	33,8
Ścieki przemysłowe i komunalne oczyszczane odprowadzane do wód i do ziemi w % wymagających oczyszczenia	99,6	94,1
Ludność korzystająca z oczyszczalni ścieków^b w % ludności ogółem	67,8	70,3
Odpady^c wytworzone w ciągu roku		
na 1 km ² w tonach	187,4	417,7
w tym poddane odzyskowi w %	51,2	69,4
Odpady komunalne zebrane na 1 mieszkańca w kg^d	274,0	246,0
Powierzchnia o szczególnych walorach przyrodniczych prawnie chroniona		
w % powierzchni ogółem	31,6	32,5
na 1 mieszkańca w m ²	2722	2641
Nakłady na środki trwałe (ceny bieżące) służące		
a/ Ochronie środowiska		
w % nakładów inwestycyjnych ogółem	3,5	4,7
na 1 mieszkańca w zł	188	282
b/ gospodarce wodnej		
w % nakładów inwestycyjnych ogółem	1,0	1,3
na 1 mieszkańca w zł	56	79

^a w zakładach szczególnie uciążliwych dla czystości powietrza, ^b na podstawie szacunków, ^c z wyłączeniem odpadów komunalnych, ^d dane szacunkowe.

Źródło: Stan i ochrona środowiska w województwie wielkopolskim w 2013 r., Urząd Statystyczny w Poznaniu, grudzień 2014.

²² J. w.

W Wielkopolsce ma miejsce, większy niż w skali kraju pobór wody, związany z potrzebami gospodarki narodowej i ludności, większa jest także produkcja odpadów komunalnych. Natomiast nakłady na środki trwałe służące ochronie środowiska, jak i gospodarce wodnej zarówno w % nakładów inwestycyjnych, jak i w przeliczeniu na 1 mieszkańca były w 2013 r. w Wielkopolsce niższe niż ogółem w Polsce. Możliwości rozwoju turystyki, w tym zwłaszcza wypoczynkowej i zdrowotnej warunkowane są dobrym stanem środowiska przyrodniczego. Wymaga on gruntownej analizy na poziomie lokalnym. Przedstawiona charakterystyka stanowi jedynie syntezę informacji dotyczących jakości środowiska przyrodniczego w województwie wielkopolskim. Szczegółowe, aktualizowane dane publikowane są przez Wojewódzki Inspektorat Ochrony Środowiska w Poznaniu (<http://poznan.wios.gov.pl/>).

1.3 Podstawowe wskaźniki gospodarcze

Produkt krajowy brutto na jednego mieszkańca w województwie wielkopolskim w 2012 roku wynosił 43 466 zł i był wyższy od krajowego o 4,9%. Na uwagę zasługuje dość duża dynamika wzrostu PKB w latach 2007-2013, kiedy to zwiększył się on o niemal 35% w stosunku do roku bazowego 2007. W ujęciu regionalnym wyższy PKB na mieszkańca osiągnięto w województwach mazowieckim, dolnośląskim i małopolskim co daje Wielkopolsce 4 miejsce w kraju. Według wstępnych szacunków udział województwa wielkopolskiego w tworzeniu krajowego PKB wynosił w 2012 roku 9,4%.

Niżej niż średnia krajowa kształtuje się poziom inwestycji na 1 mieszkańca i wynosi 6.093 zł przy 6.167 zł dla Polski. Nieco inna jest jednak struktura nakładów inwestycyjnych, gdzie w Wielkopolsce udział sektora prywatnego wynosi 62% i jest wyższy o 5% w stosunku do średniej krajowej (tab. 3).

Tab. 3 Produkt krajowy brutto i inwestycje na jednego mieszkańca w Polsce i województwie wielkopolskim

Jednostka terytorialna	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
	zł	zł	zł	zł	zł	Zł	Zł
POLSKA (ceny bieżące)	30873	33464	34937	36778	39665	41398	b.d.
WIELKOPOLSKA (ceny bieżące)	32236	34938	37164	38321	41285	43466	b.d.
POLSKA (nakłady inwestycyjne)	5030	5700	5729	5641	6316	6167	b.d.
WIELKOPOLSKA (nakłady inwestycyjne)	4880	5939	5390	5487	6038	6093	b.d.

Źródło: Bank Danych Lokalnych GUS [dostęp: 29.10.2014]

Średniomiesięczne wynagrodzenie w województwie wielkopolskim w 2013 roku wyniosło 3.515,31 zł, co stanowiło 91% średniej dla kraju (tab. 4). Wyższe średnie wynagrodzenie odnotowano w województwach mazowieckim, śląskim, dolnośląskim i pomorskim.

Tab. 4 Wynagrodzenia i bezrobocie w Polsce i województwie wielkopolskim

Wyszczególnienie	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Średniomiesięczne wynagrodzenie brutto w Polsce (w zł)	2866,04	3158,48	3315,38	3435,00	3625,21	3744,38	3877,43
Średniomiesięczne wynagrodzenie brutto w Wielkopolsce (w zł)	2610,82	2868,81	2976,28	3126,36	3284,41	3397,25	3515,31
Stopa bezrobocia w Polsce (%)	11,2	9,5	12,1	12,4	12,5	13,4	13,4
Stopa bezrobocia w Wielkopolsce (%)	7,8	6,4	9,2	9,2	9,1	9,8	9,6

Źródło: Bank Danych Lokalnych GUS [dostęp: 29.10.2014]

Na poziomie regionu widoczne jest dość duże zróżnicowanie wynagrodzeń, gdzie miasto Poznań wyrasta na lidera w tym zakresie i notuje poziom o 9% wyższy niż średnia dla Polski.

Wielkopolska jest natomiast zdecydowanym liderem jeżeli chodzi o niski poziom bezrobocia. W 2013 roku stopa bezrobocia wyniosła 9,6% i był to najlepszy wynik w kraju, w którym żadne województwo nie zeszło poniżej granicy 11%. W samym województwie najniższy poziom odnotowano w Poznaniu, powiecie poznańskim i powiecie kępińskim – odpowiednio 4,2%, 4,5% i 5,0%. Najwyższe bezrobocie w 2013 roku utrzymywało się w powiatach słupeckim (17,9%), konińskim (18,9%) i wągrowieckim (20%).

Tab. 5 Dochody i wydatki z budżetów gmin w Polsce i województwie wielkopolskim

Wyszczególnienie	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Dochody budżetów gmin w Polsce w mln zł	103876554	111761593	115209656	126196094	132690458	139654496	144260001
Dochody budżetów gmin w Wielkopolsce w mln zł	8730786	9570628	9704198	10347944	10987453	11713609	11905160
Dochody budżetów gmin na 1 mieszkańca w Polsce (w zł)	2725,28	2932,15	3019,64	3276,40	3444,21	3624,21	3746,78
Dochody budżetów gmin na 1 mieszkańca w Wielkopolsce (w zł)	2581,40	2822,15	2851,51	3006,81	3184,53	3386,53	3437,40
Dochody własne budżetów gmin na 1 mieszkańca w Wielkopolsce (w zł)	1383,00	1607,71	1585,65	1652,11	1745,93	1841,12	1893,57
Wydatki z budżetów gmin na 1 mieszkańca w Wielkopolsce (w zł)	2547,84	2837,08	3118,93	3384,49	3494,00	3419,9	3405,44

Źródło: Bank Danych Lokalnych GUS [dostęp: 29.10.2014]

Dochody i wydatki z budżetów gmin na jednego mieszkańca w województwie wielkopolskim kształtują się na podobnym poziomie i wynoszą odpowiednio 3.437 zł w stosunku do 3.405 zł (2013 rok). Łącznie w latach 2007-2013 samorzady lokalne osiągnęły dochody na poziomie 72,9 miliarda złotych. W województwie wielkopolskim poziom dochodów na 1 mieszkańca jest nieco niższy niż średnio w polskich samorządach – o 309 złotych. W latach 2007-2013 odnotowano dosyć dużą dynamikę wzrostu zarówno dochodów, jak i wydatków samorządów lokalnych na 1 mieszkańca. Dochody w ciągu 7 lat wzrosły o 33,1%, podobnie zresztą jak wydatki o 33,6% w stosunku do roku 2007 (tab. 5).

1.4 Czynniki sprzyjające i utrudniające rozwój turystyki w województwie

Do czynników tych sprzyjających i utrudniających, w kontekście możliwości rozwojowych turystyki województwa wielkopolskiego, zaliczyć można:

1. Zróznicowany układ aglomeracyjny z wyraźnie zaznaczającą się aglomeracją metropolitarną Poznania, aglomeracją Kalisz – Ostrów Wlkp. oraz ośrodkami subregionalnymi: Gniezno, Konin, Leszno, Piła.
2. Zróznicowanie atrakcji turystycznych mogących zaspakajać potrzeby różnych rodzajów turystyki (wypoczynkowa, biznesowa, wycieczkowa, weekendowa, tranzytowa). Atrakcje te można podzielić na antropogeniczne, naturalne, a także ze sfery rozrywki i kultury tworzących klimat centrum wielkiego miasta.
3. Odbiorców usług, których podzielić można na tych, którzy już z nich korzystają (realni), jak i tych, dla których Wielkopolska powinna być warta odwiedzin (potencjalni).
4. Nierównomierność i duże dysproporcje jakościowe podstawowej infrastruktury turystycznej (noclegi, gastronomia).
5. Szybko zmieniająca się infrastruktura drogowa i kolejowa.
6. Centralne lotnisko wielkopolskie - Port Lotniczy Poznań-Ławica, rozwój ruchu lotniczego oraz wynikające z tego ułatwienia i utrudnienia dla rozwoju turystyki.
7. Poprawa infrastruktury technicznej i usługowej oraz częstokroć brak podejścia produktowego ze strony samorządów.

Ad. 1

Dominująca aglomeracja Poznania w promieniu 20 km od centrum miasta liczy około miliona mieszkańców. Poznań „promieniuje” lub może „promieniować” jako centrum wysyłające w atrakcyjne miejsca Wielkopolski turystów weekendowych, a także na wypoczynek najczęściej w izochronie 1,5 godziny. Jednocześnie położony na osi wschód – zachód oraz północ – południe

powinien być magnesem przyciągającym najrozmaitsze rodzaje ruchu krajowego (biznes, wycieczki, weekendy, tranzyt) oraz zagranicznego (biznes, weekendy, wycieczki).

Aglomeracja drugoplanowa to Kalisz – Ostrów Wlkp. natomiast Leszno, Piła, Konin – Koło, a także Gniezno zaliczyć można do ośrodków subregionalnych. Warunkiem rozwoju turystyki wokół tych ośrodków jest powstanie nowoczesnej infrastruktury turystycznej oraz próba stworzenia kompleksowych produktów turystycznych. Będzie to jednak głównie ruch lokalny (wewnątrzwojewódzki). Wyjątkiem jest Gniezno, które z racji posiadania zabytków klasy międzynarodowej i usytuowaniu na Szlaku Piastowskim ma szansę także na rozwój turystyki zagranicznej (wycieczki, weekendy, biznes).

Ad.2

Charakterystyczną cechą Wielkopolski jest zróżnicowanie atrakcji turystycznych tak pod względem rodzaju (antropogeniczne, naturalne, „atmosfera miejsc”), jak i klasy (atrakcyjność wysoka – klasa międzynarodowa) bądź średnia (klasa krajowa lub regionalna). Jednocześnie to zróżnicowanie wyraża się w możliwości zaspakajania potrzeb różnych rodzajów turystyki (wypoczynkowa, biznesowa, weekendowa, wycieczkowa, tranzytowa). Może to być zarówno siłą (zróżnicowany portfel ofert), jak i słabością (brak koncentracji na wybranym rodzaju turystyki) wielkopolskiej oferty turystycznej.

Z punktu widzenia klasy atrakcji turystycznych zdecydowanie ważniejszą rolę w ofercie turystycznej odgrywają obiekty antropogeniczne. **Klasę międzynarodową** przypisać można kilku obiektom bądź grupom obiektów. Niewątpliwie do obiektów tworzących szczególną „atmosferę miejsca” jest poznański Stary Rynek. Ze względu na położenie w pobliżu miasta zamek w Kórniku czy pałac w Rogalinie także można wykorzystać jako ofertę dla turystów zagranicznych. Do grupy obiektów o klasie międzynarodowej można zaliczyć te, które leżą na Szlaku Piastowskim w jego wielkopolskiej części, włączając do nich Ostrów Tumski, Muzeum Pierwszych Piastów na Lednicy, wzgórze Lecha z katedrą w Gnieźnie oraz bazylikę w Trzemesznie. Obiektami, które mają lub mogą mieć klasę międzynarodową są tak zróżnicowane obiekty, jak Parowozownia Wolsztyn oraz Sanktuarium Matki Boskiej Licheńskiej. Pozostałe atrakcje o charakterze antropogenicznym mają lub mogą mieć charakter krajowy bądź regionalny. Zaliczyć do nich można zarówno grupy obiektów, jak i pojedyncze zabytki.

Do grupy obiektów zaliczyć można skupisko pałaców wokół Leszna (pałace w Pawłowicach, Racocie, zamek w Rydzynie, zamek w Rokosowie) wraz ze Świętą Górą w Gostyniu, a także zabytki Kalisza z pałacami w Gołuchowie i Antoninie. Pojedyncze atrakcje turystyczne o zasięgu krajowym bądź regionalnym to przede wszystkim Muzeum Wikliniarstwa i Chmielarstwa w Nowym Tomysłu,

Pałac – Muzeum A. Mickiewicza w Śmiełowie, podziemna trasa turystyczna w Kłodawie czy zespół pocysterski w Łądzie.

Wielkopolska posiada również walory naturalne (lasy, jeziora, ukształtowanie powierzchni), które mogą i powinny być wykorzystane przede wszystkim dla krajowego ruchu turystycznego. Warunkiem tego wykorzystania jest:

- posiadanie infrastruktury turystycznej (szlaki, przystanie, baza noclegowa i gastronomiczna, parkingi),
- tworzenie produktów turystycznych dla wybranych segmentów, rozumianych nie tylko jako pojedyncza atrakcja czy obiekt, ale jako program turystyczny ze wszystkimi urządzeniami umożliwiającymi realizację turystycznego łańcucha wartości (trasy, infrastruktura usługowa i techniczna, przewodnicy, poprawa stanu otoczenia, szkolenia, programy kulturalne i imprezy, plany zagospodarowania przestrzennego, inwestycje w majątek infrastrukturalno – wytwórczy, połączenia jezior i regulacje szlaków wodnych, popieranie rozwoju specjalistycznych gospodarstw agroturystycznych itp.).

Pojęciu temu odpowiada częściowo w Wielkopolsce Wielka Pętla Wielkopolski – szlak okrężny o długości 690 km prowadzony przez odcinek Noteci do kanału Gopło – Warta i dalej Wartą aż do ujścia Noteci w Santoku (lubuskie). Szlak ten wymaga jednak zrealizowania kolejnych inwestycji w infrastrukturę nadbrzeżną (nowe przystanie i baza noclegowa) oraz regulację stanu wód – głównie pogłębianie koryta rzek.

Obszary, na których rozwija się intensywny ruch turystyczny znajdują się w bezpośrednim sąsiedztwie aglomeracji poznańskiej. Są to Wielkopolski Park Narodowy i Puszcza Zielonka. Dominuje tu ruch weekendowy. Problemem są liczne siedliska wokół tych obszarów (WPN) oraz wokół jezior wewnątrz puszczy (Zielonka). Te ostatnie ograniczają możliwości budowy bazy turystycznej. Trzeba jednak podkreślić zrealizowane tam inwestycje z zakresu infrastruktury technicznej (kanalizacja, wodociągi), które są podstawą rozwoju turystyki na obszarach atrakcyjnych.

Do większych obszarów o realnych i potencjalnych możliwościach rozwoju turystyki krajowej (weekendowa, wypoczynkowa, wycieczkowa) należą: Puszcza Notecka (w jej wielkopolskiej części), Sierakowski Park Krajobrazowy, Przemęcki Park Krajobrazowy (z Boszkowem i Wieleniem Obrzańskim), Park Krajobrazowy im. gen. Dezyderego Chłapowskiego, a także rejon na północ od Piły (Piła – Jastrowie z doliną rzeki Gwdy). Można jeszcze wymienić mniejsze obszary wokół Powidza i Ślesina.

Mając do wyboru różne atrakcje (antropogeniczne, naturalne) jako miejsca koncentracji ruchu turystycznego, możemy dokonać ich klasyfikacji z punktu widzenia zdolności do zaspokojenia potrzeb różnych rodzajów turystyki.

Metoda, którą zastosowano, opiera się na skonfrontowaniu potencjalnego popytu generowanego przez różne typy turystyki (wypoczynkowa, wycieczkowa weekendowa, biznesowa, tranzytowa) z możliwościami zaspokojenia tego popytu przez proponowane produkty, dzięki wykorzystaniu posiadanych atrakcji.

Poprzez ocenę możliwości rozwoju indywidualnych typów turystyki (dobre lub przeciętne) i konfrontację ewentualnych typów turystyki z potencjalnymi miejscami przeznaczenia za pomocą punktów przyznawanych za szanse ich rozwoju, otrzymujemy tabelę preferencji typów turystyki. Na tej tabeli możemy zidentyfikować rodzaje turystyki przystosowane najlepiej do poszczególnych miejsc (z dalszym podziałem na turystykę krajową i przyjazdową).

Przy budowie tabeli przyznajemy 4 punkty wówczas, gdy możliwości rozwoju turystyki zagranicznej są duże, 3 punkty dotyczą dużych możliwości rozwoju turystyki krajowej, 2 punkty gdy możliwości rozwoju turystyki zagranicznej są średnie i 1 punkt, gdy średnio oceniamy możliwości rozwoju turystyki krajowej.

Tabela ta wygląda następująco:

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

Obszar	Typ turystyki	Rodzaj ruchu turystycznego										
		Wypoczynek		Weekendy		Biznes		Tranzyt		Wycieczki		Σ
		Duże	Średnie	Duże	Średnie	Duże	Średnie	Duże	Średnie	Duże	Średnie	
Szlak Piastowski	Zagraniczna				2		2	4		4		27
	Krajowa	3		3		3		3		3		
Poznań	Zagraniczna		2		2		4		4		4	27
	Krajowa		1		1		3		3		3	
Wielka Pętla Wielkopolski	Zagraniczna	4			2				2		2	23
	Krajowa	3		3			1	3		3		
Parowozownia Wolsztyn	Zagraniczna		2	4			2		2		2	23
	Krajowa		1	3			1	3		3		
Pałace, zamki i dworki	Zagraniczna		2		2		2				2	19
	Krajowa		1	3		3			1	3		
Bazylika Licheń	Zagraniczna									4		17
	Krajowa	3		3			1	3		3		
Miasta subregionalne: Piła, Kalisz, Konin, Leszno	Zagraniczna		2		2		2		2		2	17
	Krajowa		1	3			1		1		1	
Parki Narodowe i krajobrazowe	Zagraniczna		2				2				2	16
	Krajowa	3		3			1			3		
Ośrodki wypoczynkowe nad akwenami	Zagraniczna		2									12
	Krajowa	3		3			1			3		
Wiklina Nowy Tomyśl	Zagraniczna						2				2	11
	Krajowa		1		1		1		1	3		
Kłodawa – Kopalnia Soli	Zagraniczna								2		2	10
	Krajowa		1				1		1	3		

Jak wynika z przedstawionej tabeli obszarem bezwzględnie priorytetowym dla rozwoju turystyki w Wielkopolsce jest Szlak Piastowski. Stworzenie na nim jednolitego produktu turystycznego da możliwość dużego rozwoju zagranicznej i krajowej turystyki wycieczkowej i tranzytowej, a także dużego rozwoju krajowej turystyki weekendowej, biznesowej i wypoczynkowej.

Postępowanie, które zaprezentowano powyżej wynika z konieczności dokonania założenia o selektywności realizacji strategii rozwoju województwa. W efekcie nie będziemy planowali jednoczesnego rozwoju i inwestowania we wszystkich wybranych przez nas regionach atrakcyjnych turystycznie, a w pierwszej kolejności jedynie w tych, które znajdują się na czołowych miejscach w tabeli preferencji. Będą to więc obszary, na których jest szansa obsługiwania jednocześnie wielu rodzajów ruchu turystycznego, przez co zwiększa się efektywność ponoszonych przedsięwzięć inwestycyjnych i operacyjnych.

Dodatkowym kryterium selekcyjnym jest to, czy oprócz wysokiej atrakcyjności turystycznej posiadają one także dużą atrakcyjność inwestycyjną. Procedura ta umożliwi także opracowanie propozycji w ujęciu wariantowym. I tak wariant „pesymistyczny” dotyczyć będzie rozwoju jedynie paru ściśle wyselekcjonowanych obszarów. Wariant „optymalny” umożliwi poszerzenie propozycji. W wariantcie „optymistycznym” przyjmujemy założenie o rozwoju wszystkich wybranych obszarów o dużej atrakcyjności turystycznej z zaznaczeniem, że efektywność podejmowanych działań może być zróżnicowana.

Ad. 3

Z powyższych rozważań wynikają wnioski dotyczące odbiorców usług turystycznych. Można ich podzielić na odbiorców „realnych”, korzystających z oferowanych usług turystycznych oraz odbiorców „potencjalnych”, których można pozyskać poprzez tworzenie lub doskonalenie produktów turystycznych, intensywne akcje promocyjne, działania organizacyjne oraz poprawę infrastruktury komunikacyjnej, usługowej i technicznej. W tej sytuacji problemem staje się to, kogo moglibyśmy jeszcze pozyskać, biorąc pod uwagę rodzaje ruchu turystycznego na terenie województwa. Uzmysłowanie sobie owych potencjalnych turystów jest warunkiem skutecznej promocji skierowanej do „właściwych” segmentów konsumentów. Z analizy tabeli preferencji przedstawionej powyżej wynika, że:

Zagraniczni biznesmeni (uczestnicy targów oraz zagraniczne inwestycje w Wielkopolsce) - są potencjalnymi odbiorcami usług turystycznych na Szlaku Piastowskim i w okolicach Poznania. Zagraniczne inwestycje w Wielkopolsce skoncentrowane są bowiem w Poznaniu i okolicach miasta. Ze 104 inwestycji bezpośrednich w Wielkopolsce aż 77 zlokalizowanych jest w tym regionie²³.

²³ www.paiz.gov.pl

Potwierdza to analiza atrakcyjności inwestycyjnej Wielkopolski, z której wynika, że potencjalna atrakcyjność najwyższa jest w Poznaniu, powiecie poznańskim i średzkim²⁴.

Zagraniczni turyści weekendowi: Z pewnością nastąpił wzrost liczby tych turystów ze względu na znaczną poprawę infrastruktury drogowej i lotniczej. Dla Poznania i przede wszystkim zachodniej Wielkopolski poprzez otwarcie autostrady A2 znacznie zmniejszyła się izochrona. Z Berlina można dojechać do Poznania w 2,5 godziny, a do zjazdu w Nowym Tomysłu w 2 godziny. Stwarza to potencjalne możliwości zwiększenia liczby turystów z Niemiec w okolicach Poznania (WPN), w regionie Nowego Tomysła i Wolsztyna, w Puszczy Noteckiej oraz Sierakowskim Parku Krajobrazowym. Problemem może być jednak niedostosowanie bazy turystycznej do wzrostu ruchu turystycznego tak pod względem ilościowym, jak i jakościowym.

Zagraniczny ruch wycieczkowy: Większość atrakcji Wielkopolski nie stanowi obecnie celu wycieczek zagranicznych. Celem tym może być przede wszystkim Poznań, przy czym istnieje ogromna możliwość korzystania z atrakcji niejako po drodze, korzystając z istniejących korytarzy transportowych. Największe możliwości daje oś wschód – zachód. Zjazdy z autostrady w Nowym Tomysłu, Poznaniu, Słupcy, Koninie, Kole czy Dąbiu umożliwiają szybkie dotarcie do Nowego Tomysła i Wolsztyna, a także Kórnik i Rogalina (Poznań), Łądu (Słupca) Bazyliki w Licheniu (Konin), czy do Kłodawy. Nie należy zapominać też o wielkopolskim odcinku ponemieckiej drogi nr 1 (Akvizgran/Aachen – Kaliningrad) – w Polsce DK22, który umożliwia turystyczną penetrację okolicy Piły i Jastrowia w drodze na Mazury i do Gdańska. Znacznie lepszą możliwość dotarcia do wymienionych miejsc stwarza wykorzystanie autostrady do Poznania i kierowanie się stąd do Torunia drogą S5. Wówczas nie sposób ominąć Szlaku Piastowskiego. Problemem może stać się niedostosowanie bazy noclegowej oraz infrastruktury usługowej i technicznej do potrzeb wzrastającego ruchu.

Oś północ – południe w znacznie mniejszym stopniu umożliwia rozwój zagranicznego ruchu wycieczkowego. Oś ta (Katowice – Poznań – Koszalin – droga S11) ma znacznie bardziej zaniedbaną infrastrukturę (o czym w następnym punkcie). Wybudowanie do końca drogi ekspresowej S3 (Wrocław – Zielona Góra – Szczecin – odcinek Sulechów – Szczecin już został oddany do użytku) stanowić będzie znacznie korzystniejszą alternatywę podróżowania na osi północ – południe z ominięciem Wielkopolski (dojazd z Katowic do Wrocławia autostradą A4 i dalej drogą ekspresową S3 nad morze).

Potencjalnie istnieją duże szanse rozwoju **zagranicznej turystyki wypoczynkowej** głównie z Niemiec w Puszczy Noteckiej, Sierakowskim Parku Krajobrazowym, czy też wykorzystanie Wielkiej Pętli Wielkopolski. Wymagać to jednak będzie intensywnych prac nad poprawą infrastruktury (baza

²⁴ Centrum analiz regionalnych i lokalnych SGH, Warszawa 2013

noclegowa, drogi), a później działań promocyjnych. Spory potencjał tkwi w możliwości wykorzystania ruchu tranzytowego na terenie Wielkopolski przede wszystkim wzdłuż autostrady. Dotyczy to przede wszystkim tranzytu ze wschodu (Rosja, Ukraina, Białoruś, kraje nadbałtyckie). Do tej pory wykorzystuje on przede wszystkim obiekty noclegowe w strefie przygranicznej z Niemcami. Należałoby czynić starania, aby ruch ten zatrzymać w Wielkopolsce umożliwiając zwiedzanie obszarów w promieniu 30 km od autostrady.

Możliwości rozwoju **turystyki krajowej** w Wielkopolsce są znacznie większe chociaż ruch ten ogranicza się głównie do turystyki wycieczkowej, weekendowej i tranzytowej. Najszybszy rozwój dotyczy przede wszystkim **turystyki weekendowej**, gdzie penetracja może dotyczyć każdego z atrakcyjnych miejsc w Wielkopolsce. Rozwój tego ruchu uzależniony jest od infrastruktury drogowej i kolejowej, infrastruktury turystycznej (gastronomia, atrakcje, parkingi, informacja). Ruch ten w większości będzie miał charakter lokalny i regionalny. Ruch o charakterze krajowym dotyczyć może głównie dużych miast. Wiele regionów turystycznych w Wielkopolsce może być obiektem zainteresowania **turystyki wycieczkowej** (choć na rynku krajowym dotyczy ona przede wszystkim turystyki szkolnej). Istnieje jednak duża szansa odrodzenia się turystyki zakładowej, a także turystyki osób starszych. Dla **turystyki wypoczynkowej** najbardziej przydatne wydają się być Puszcza Notecka, Wielka Pętla Wielkopolski, Sierakowski Park Krajobrazowy czy region Piła – Jastrowie. Obszary te wykorzystywane będą głównie przez mieszkańców Wielkopolski, Łodzi czy Śląska.

Ad. 4

Problemem dla województwa wielkopolskiego jest nierównomierny rozwój bazy turystycznej, w tym przede wszystkim noclegowej. Zaobserwowano jednak zjawiska, które przeczą obiegowym opiniom o „oddalaniu” się aglomeracji poznańskiej od ośrodków prowincjonalnych. Na podstawie danych z BDL można zaobserwować 2 tendencje:

1. Szybszy wzrost bazy noclegowej w obiektach hotelarskich w wybranych regionach turystycznych Wielkopolski aniżeli w Poznaniu, zaprzeczający opinii o regresie bazy noclegowej w ośrodkach prowincjonalnych. Wiele z nich wykorzystuje swoją rentę położenia (bliskość aglomeracji, położenie przy szlakach tranzytowych) i inwestuje w bazę turystyczną.
2. Jednocześnie dostrzegalna jest zmiana struktury bazy noclegowej, poprawa jakości i jej „urynkowanie”. Zarówno w Poznaniu, jak i w Wielkopolsce wzrasta liczba miejsc w obiektach hotelowych. Najszybciej rośnie liczba obiektów trzy- i czterogwiazdkowych. Natomiast maleje liczba miejsc w „innych obiektach” (tanich, nieskategoryzowanych i o niskim standardzie).

Na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych w układzie gminnym, dokonano obliczeń dla następujących obszarów:

- Szlak Piastowski (gminy: Gniezno i Trzemeszno)

- Otulina WPN: (gminy: Puszczykowo, Luboń, Stęszew)
- Puszcza Zielonka (gminy: Murowana Goślina, Skoki, Czerwonak, Pobiedziska, Kiszkowo, Swarzędz)
- Przemęcki Park Krajobrazowy (gminy: Przemęt, Włoszakowice)
- Park Krajobrazowy im. gen. Dezyderego Chłapowskiego (gminy: Kościan, Krzywiń)
- miasta i gminy Nowy Tomyśl i Wolsztyn.

W ostatnim dziesięcioleciu (2004 – 2013) liczba miejsc noclegowych w obiektach hotelowych w Poznaniu wzrosła o 34,3% (z 4755 do 6385). W tym samym czasie na wybranych obszarach Wielkopolski, na których turystyka ma duże szanse rozwoju, liczba miejsc noclegowych w obiektach hotelowych wzrosła aż o 94% (z 1480 do 2872). Wyjątkowo dobrze wykorzystują swoją szansę Wolsztyn (wzrost liczby miejsc ze 101 do 308), Puszcza Zielonka (ze 171 do 613), Przemęcki Park Krajobrazowy (z 0 do 300), a także Park Krajobrazowy im. gen. Dezyderego Chłapowskiego (z 24 do 198). Jak już wspomniano nowo powstająca baza noclegowa cechuje się wysoką jakością. Dwa nowe obiekty 5 gwiazdkowe powstały w Poznaniu, liczba 4 gwiazdkowych w Poznaniu wzrosła z 3 do 8. Hotele powstały też w otulinie WPN i na Szlaku Piastowskim. W Poznaniu zbudowano aż 12 hoteli 3-gwiazdkowych, na Szlaku Piastowskim w otulinie WPN i w Wolsztynie po 2 takie hotele. Jednocześnie wszędzie zmalała liczba miejsc w tzw. innych obiektach noclegowych (w Poznaniu o 33,7% - z 2516 do 1669, a w wybranych regionach Wielkopolski o 34,9% - z 6320 do 4114). Można to interpretować w dwojaki sposób:

Mamy do czynienia z „wymianą” słabej jakościowo bazy, nie odpowiadającej zapotrzebowaniu rynku, na bazę nową o znacznie wyższym standardzie umożliwiającym rozwój turystyki oraz zyski usługodawców.

Niepokojącym może być fakt likwidowania bazy umożliwiającej uprawianie turystyki mniej zamożnym warstwom społecznym oraz dzieciom i młodzieży. Uzasadnienie tej tezy wymagałoby dalszych pogłębionych badań.

Ad. 5

Jesteśmy świadkami szybko zmieniającej się infrastruktury drogowej i kolejowej w Wielkopolsce. Ma to (i może mieć) wielki wpływ na kształtowanie się ruchu turystycznego w regionie. Cechą układu komunikacyjnego Wielkopolski w zakresie infrastruktury drogowej są 2 osie: wschód – zachód oraz północ – południe. W tym kontekście należy rozpatrywać zmiany w sieci drogowej dokonane w ostatnich latach i mogących być zrealizowanymi w najbliższej przyszłości. Oś wschód – zachód przebiega przez środek województwa, będąc fragmentem wielkiej osi Moskwa – Berlin i dalej do Akwizgranu (Aachen). Na jego północnych i południowych krańcach są krótkie odcinki równoleżnikowych korytarzy transportowych łączących Warszawę ze Szczecinem (północ) oraz

Warszawę z Wrocławiem (południe). Oś północ – południe wyznaczają dwie drogi przecinające się w Poznaniu a mianowicie: S5 z Czech do Bydgoszczy i Świecia (dalej autostradą do Gdańska) i S11 prowadząca od skrzyżowania z autostradą A1 w Tarnowskich Górach do Kołobrzegu. Tranzytowy, wycieczkowy, biznesowy i wypoczynkowy ruch turystyczny korzysta właśnie z tych szlaków. Szlaki te powinny z założenia przybrać postać autostrad lub dróg szybkiego ruchu, a wykonawstwo powinno w pierwszej kolejności uwzględnić obwodnice miast, dzięki którym czas przejazdu skraca się w największym stopniu.

Dokonywane zmiany omówić można z uwzględnieniem 4 etapów realizacji:

- w użytkowaniu, co oznacza, że analizowane drogi zostały już zrealizowane,
- w realizacji, co oznacza, że zostaną oddane do użytku do końca 2015 roku,
- w przetargu, co pozwala sądzić, że zostaną oddane do użytku do końca 2018 r.,
- w przygotowaniu, co wydłuża ten okres do 2020 roku.

Na podstawie dokonanej analizy można stwierdzić, iż oś drogowa wschód – zachód została już zrealizowana. Autostrada przebiega przez całe województwo wielkopolskie na odcinku ponad 200 km, który jest fragmentem magistrali Berlin – Warszawa. Zrealizowane są też równoleżnikowy korytarz transportowy na południowym krańcu województwa między Sycowem a Walichnowami (odcinek 23 km drogi ekspresowej) ułatwiający penetrację południowej Wielkopolski, a także fragment odcinka północnego - 8 kilometrowa obwodnica Wyrzyska.

Postępy prac na osi północ – południe są znacznie gorsze. Na drodze S5 z Wrocławia do Poznania ukończono 29 km odcinek z Korzeńska do Kaczkowa (węzeł Rydzyna). W przetargu są dalsze 2 odcinki (29 km z Leszna do Radomicka oraz 16 km z Głuchowa do Wronczyna). Wreszcie w przygotowaniu jest ostatni odcinek z Radomicka do Głuchowa - 35 km. Można więc przyjąć, że ten kluczowy odcinek na osi północ - południe jest zrealizowany w 29%, stopień realizacji w 2018 wynosił będzie 69%, a całkowite jego ukończenie nastąpi w roku 2020. Północny odcinek tego szlaku komunikacyjnego z Poznania do granic Wielkopolski jest już w użytkowaniu do Gniezna (35 km). Ukończony zostanie do roku 2018 po wybudowaniu 18 km odcinka z Gniezna do Mielna.

Znacznie gorsze perspektywy dotyczą drogi S11 prowadzącej z Czech i Moraw do Kołobrzegu. Na tym odcinku realizowane są jedynie obwodnice Jarocina i Ostrowa, które zostaną ukończone do końca 2015 roku. Ograniczy to znacznie przepływy turystów (dane z GDDKiA).

Sytuację pogarsza fakt powstania „konkurencyjnej” dla Wielkopolski arterii komunikacyjnej (droga ekspresowa S3). Już obecnie jest ona ukończona z Sulechowa prawie do Wolina. Powoduje to „przekierowanie” ruchu turystycznego z Poznania i Łodzi poprzez autostradę A2 na nową arterię północ – południe, a także z Wrocławia i Katowic oraz Republiki Czeskiej poprzez autostradę A4 na drogę ekspresową S3.

Stan linii kolejowych (w Wielkopolsce mamy 1906 km linii kolejowych) jest podobny do stanu infrastruktury drogowej. Główna magistrala wschód – zachód między granicą zachodnią w Kunowicach a Warszawą jest zmodernizowana i umożliwia rozwijanie szybkości do 160 km na godzinę. Znacznie gorzej przedstawiają się trasy południkowe. Kluczowa linia z Wrocławia do Poznania na odcinku wielkopolskim zaczyna dopiero być modernizowana (rozpoczęto modernizację odcinka z Czempinia do Poznania). Linia ze Śląska do Poznania modernizowana jest tylko na niewielkim odcinku (od granicy województwa do Ostrzeszowa). Szybciej postępują prace na odcinku od Poznania Wschód do Bydgoszczy. W sumie wg PLK 59% linii kolejowych w Wielkopolsce jest w stanie dobrym, co wydaje się szacunkiem zawyżonym²⁵. Ocenia się jednak, że linie kolejowe mają znaczenie przede wszystkim dla przewozu turystów między miastami i nie mogą konkurować z infrastrukturą drogową w dostępie do konkretnych regionów turystycznych.

Pozytywnie należy odnotować zmianę w postaci zwiększenia liczby wykorzystywanych wagonów dostosowanych do potrzeb osób z niepełnosprawnościami oraz przewozu rowerów.

Ad. 6

Charakterystyczną cechą transformacji w Polsce jest wyjątkowo szybki rozwój transportu lotniczego. Dotyczy to także lawinowego wzrostu liczby połączeń i liczby pasażerów na poznańskim lotnisku Ławica. W latach 1998 – 2012 liczba pasażerów wzrosła ponad ośmiokrotnie (z 192.398 w 1998 do 1.594.929 w rekordowym 2012 roku). W ostatnich latach liczba ta uległa pewnemu zmniejszeniu, ale od początku 2014 roku odnotowujemy kolejne wzrosty. Wydaje się jednak że te optymistycznie wyglądające dane nie mają większego wpływu na kształtowanie się ruchu turystycznego w Wielkopolsce.

Dominującą rolę wśród pasażerów lotnisk w Polsce (w tym Ławicy) odgrywają Polacy. Dominują loty mieszkańców naszego kraju do i z portów zagranicznych. Celem podróży są przede wszystkim wyjazdy zarobkowe i turystyczne za granicę i powroty do kraju, a nie podróże turystyczne do Polski. Podróże te dokonywane być mogą przede wszystkim przez obcokrajowców przylatujących do Poznania. Zgodnie z danymi GUS w 2011 roku lotnisko Ławica obsłużyło 1.463.443 pasażerów, odnotowano jednak 698,9 tys. przekroczeń granicy przez przejście graniczne. W tej liczbie było jedynie 41,5 tys. zagranicznych turystów. Poznań zajmował pod tym względem piątą pozycję w Polsce (przed Wrocławiem). Wśród tych turystów dominującą pozycję zajmowali turyści z Wielkiej Brytanii i Irlandii (67,2%). Odnotowano 11 tysięcy turystów z Hiszpanii, Francji, Niemiec, Włoch, USA i Portugalii. Inne kraje reprezentowały śladowe ilości pasażerów. Większość z tej liczby to

²⁵ www.plk-inwestycje.pl

prawdopodobnie turyści weekendowi, dla których celem podróży jest Poznań. Ważnym powodem przylotów obcokrajowców do Poznania jest też biznes.

Z przedstawionych danych wynika, że obecnie znaczenie Portu Lotniczego Poznań-Ławica dla rozwoju turystyki w Wielkopolsce jest niewielkie. Wydaje się, że najbardziej pożądane działania powinny dotyczyć promocji Wielkopolski za granicą, w tym destynacji oferujących usługi dla turystyki wypoczynkowej (w tym Wielka Pętla Wielkopolski) oraz przygotowania pakietu usług (produktu) obejmującego Poznań wraz z obszarami w bliskim sąsiedztwie aglomeracji poznańskiej (WPN, Szlak Piastowski, Puszcza Zielonka, Wolsztyn, Nowy Tomyśl).

Ad. 7

Jednym z czynników umożliwiających rozwój turystyki jest poprawa infrastruktury komunalnej (przede wszystkim kanalizacji, wodociągów i gazu). W miastach (szczególnie dużych) problem ten jest już rozwiązany (liczba ludności korzystająca z tej infrastruktury dochodzi do 100%). Na obszarach wiejskich, będących istotną częścią składową regionów mogących oferować usługi dla turystyki wypoczynkowej weekendowej czy tranzytowej, sprawa przedstawia się dużo gorzej. Pomimo dużych zmian w dostępności do tej infrastruktury nadal jest ona niewystarczająca dla sprostania wymaganiom klientów. Zadawalający jest jedynie dostęp do sieci wodociągowej na terenach wiejskich. Procent ludności korzystającej z wodociągów wzrósł z 85,8% w 2005 do 88,2% w 2012. Dostęp do sieci kanalizacyjnej i gazowej jest jeszcze poważnym problemem. Procent ludności wiejskiej korzystającej z kanalizacji w Wielkopolsce wzrósł z 22,6% w 2005 roku do 34,2% w 2012. Jeszcze gorzej przedstawia się dostęp do sieci gazowej. W 2005 roku korzystało z niego jedynie 12,4% ludności wiejskiej podczas gdy w 2012 liczba ta wzrosła do 20,4%. Fakty te skłaniają do poważnych wątpliwości dotyczących możliwości rozwoju turystyki na wielu obszarach o atrakcyjnych walorach naturalnych i antropogenicznych.

Przyczyną wolniejszego niż by tego oczekiwano rozwoju turystyki w Wielkopolsce jest brak ujęcia produktowego ze strony samorządów i instytucji odpowiedzialnych za rozwój turystyki. Przez pojęcie produkt turystyczny możemy rozumieć dostępny na rynku pakiet materialnych i niematerialnych składników umożliwiających realizację celu wyjazdu turystycznego. Produkt ten stanowią naturalne i stworzone przez człowieka dobra turystyczne – towary i usługi umożliwiające przybycie, pobyt i korzystanie z walorów turystycznych oraz atrakcyjne spędzenie wolnego czasu²⁶.

Często w programach i strategiach sporządzanych na różnych szczeblach upraszcza się pojęcie produktu do jego rdzenia, nie ujmuje się produktu rzeczywistego i poszerzonego, ogranicza pojęcie produktu do rangi sloganu. W sposób wypaczony określa się prawdziwy rozwój usług turystycznych

²⁶ red. G. Gołembski 2009

sprawiając mylne wrażenie, że produkty są gotowe, czekają na turystów i trzeba je jedynie wypromować. W konsekwencji koncentruje się na promocji, wizerunku, organizacji i kooperacji, a nie na działaniach inwestycyjnych oraz wspieraniu tych działań. Koncentruje się na jakimś punkcie czy miejscu, a nie na interesach społeczności lokalnej, gospodarki czy ochronie środowiska, będących podstawą rozwoju zrównoważonego. Zalecane jest zastosowanie ujęcia kompleksowego, pozwalającego na przygotowanie oferty satysfakcjonującej odbiorców.

2 Diagnoza turystyki wielkopolskiej

2.1 Analiza atrakcyjności turystycznej województwa wielkopolskiego

2.1.1 Analiza walorów naturalnych

Przyrodnicze **zasoby turystyczne** to występujące obiektywnie elementy środowiska geograficznego, na które składają się podłoże skalne, gleby i rzeźba terenu, flora i fauna, wody powierzchniowe i podziemne oraz pogoda i klimat lokalny. Gdy elementy te stają się przedmiotem zainteresowania turysty i podlegają jego ocenie, definiowane zaczynają być jako **walory przyrodnicze** turystyki²⁷. Stopień w jakim przyciągają one turystę i jak są przez niego oceniane, określane jest mianem **atrakcyjności turystycznej**. Ze względu na subiektywny charakter atrakcyjności (odczucia indywidualne) jest ona trudno mierzalna. Próba obiektywizacji polegać może na zdefiniowaniu walorów i ich ocenie ilościowej²⁸.

2.1.1.1 Ukształtowanie powierzchni

Ukształtowanie powierzchni wpływa na pozostałe komponenty środowiska geograficznego i warunkuje atrakcyjność turystyczną. Urozmaicona rzeźba decyduje o walorach wizualnych krajobrazu, podnosi atrakcyjność szlaków turystycznych, a także umożliwia uprawianie wielu form turystyki i sportu wykorzystujących nachylenie stoków (narciarstwo, wspinaczka, lotniarstwo i inne formy turystyki aktywnej). Ponadto elementy rzeźby mogą być walorem krajoznawczym samym w sobie (patrz: walory geoturystyczne).

Wielkopolska położona jest w obrębie Niżu Polskiego charakteryzującego się brakiem jednoznacznych granic przyrodniczych – również w zakresie ukształtowania powierzchni²⁹. Północna część województwa znajduje się w obrębie Pojezierza Wielkopolskiego, natomiast południowy fragment tworzy Nizinę Południowowielkopolską³⁰. Wybitnie nizinny charakter regionu potwierdza średnia wysokość obszaru kształtująca się w okolicach 101 m n.p.m. Najwyżej położony punkt to Kobyła Góra – 284 m n.p.m.³¹, a najniżej położone miejsce to obszar w dolinie Warty u ujścia Warty do Noteci (21 m n.p.m.). Różnica wysokości osiąga więc 260 m. Wspomnieć należy również

²⁷ Koźuchowski 2005

²⁸ Gołembski 1999

²⁹ Stankowski 1999

³⁰ Kondracki 2013

³¹ Kobyła Góra położona jest w obrębie Wzgórz Ostrzeszowskich, które są największymi wzniesieniami połudowcowymi w Polsce (Rotnicki 1966).

o **kryptodepresji**³² sięgającej 6 m p.p.m., położonej w dnie Jeziora Śremskiego na Pojezierzu Międzychodzko-Sierakowskim. Miejsce to uważane jest często za najniższy punkt Wielkopolski.

Rzeźba Wielkopolski ukształtowana została przede wszystkim w czwartorzędzie w czasie wielkich zmian klimatycznych skutkujących zlodowaceniami (w okresach zimniejszych) oraz interglacjami (w czasie ociepleń). Podczas glacjałów środkowopolskiego oraz północnopolskiego, a także przedzielającego je interglacjału emskiego, tworzyła się charakterystyczna rzeźba polodowcowa.

W czasie glacjału środkowopolskiego kształtowała się rzeźba wysoczyzn Kaliskiej i Leszczyńskiej, a także Wzgórz Dalkowskich, Trzebnickich oraz Ostrzeszowskich. Formowały się również pradoliny: Baryczy, Głogowsko-Baruckiej oraz wschodniego fragmentu Pradoliny Warszawsko-Berlińskiej. Część południowa Wielkopolski nie została objęta kolejnym zlodowaceniem - północnopolskim, natomiast zdecydowało ono o rzeźbie tego terenu, ze względu na procesy zachodzące na przedpolu lądolodu i panujący tu klimat peryglacjalny³³.

Rzeźba północnej i częściowo również środkowej części Wielkopolski ma charakter młodoglacjalny. Cechuje się występowaniem wysoczyzn urozmaiconych ciągami wzgórz morenowych, ozami, kemami, sandrami oraz rynnami jeziornymi. Dodatkowo występują tutaj potężne, równoleżnikowe pradoliny połączone południkowo biegnącymi dolinami przełomowymi, tj. Poznański Przełom Warty czy przełom Obry między Kargową i Skwierzyną.

Podczas zlodowacenia północnopolskiego rozpoczął się proces kształtowania się współczesnego **krajobrazu pojeziernego**, będącego jednym z najważniejszych walorów przyrodniczych turystyki Wielkopolski. Pod lądolodem tworzyły się rynny subglacjalne, później wypełnione wodą i bryłami martwego lodu pokrytego osadami mineralnymi. Podczas późniejszego ocieplenia klimatu bryły lodu wytopiły się powiększając powierzchnię jezior.

Ponadto wiele obszarów cechuje **rzeźba eoliczna** (związana z działalnością wiatru w klimacie peryglacjalnym) przejawiająca się występowaniem wydym oraz form deflacyjnych, szczególnie dobrze widoczna na obszarze Międzyrzecza Warciańsko-Noteckiego (na zachodzie obszar deflacyjny, a w części środkowej i wschodniej pole wydym parabolicznych)³⁴. Jest to jeden z największych obszarów wydym śródlądowych w Europie.

Omawiając czynniki kształtujące rzeźbę Wielkopolski wymienić należy jeszcze dwa. Jednym z nich, który przekształcił rzeźbę polodowcową w obrębie Góry Moraskiej w północnej części Poznania, był **upadek meteorytu**. Efektem było pojawienie się niewielkich owalnych zagłębień z dość

³² Kryptodepresja - depresja (teren poniżej średniego poziomu morza) położona w zagłębieniu wypełnionym wodą.

³³ Stankowski 1999

³⁴ Jw.

wyraźnymi okólnymi wałami. Drugim powodem transformacji rzeźby Wielkopolski była i jest **działalność człowieka**. Niwelacje są skutkiem rozlicznych prac inżynierskich podejmowanych z powodu m.in. rozwoju osadnictwa oraz terenów komunikacyjnych, a w szczególności eksploatacji odkrywkowej surowców (Zagłębie Konińskie, kamieniołomy okolic Barcina). Na rzeźbę regionu oddziałuje obecnie również szereg procesów naturalnych, szczególnie egzogenicznych, tj. wietrzenie wiatrowe i mrozowe, działalność wód – erozja i akumulacja oraz inne.

Obszary najatrakcyjniejsze pod względem rzeźby są objęte ochroną w postaci parków narodowych oraz krajobrazowych oraz innymi formami ochrony (patrz podrozdział 2.1.1.9. Ochrona przyrody). Do **najatrakcyjniejszych turystycznie** należą w Wielkopolsce (gł. za: Stankowski 1999):

- **krajobrazy lodowcowych stref marginalnych**, tj. Wzgórza Dalkowskie, Trzebnickie, Twardogórskie i Ostrzeszowskie, rzeźba okolic Chodzieży, Mosiny, Żerkowa i Gostynia,
- **rzeźba peryglacialna wysoczyzn morenowych** w okolicach Ponieca, Krobi, Kobyłina i Koźmina,
- **pojezierza** – rynna Kamionki, jeziora okolic Pszczewa, Sierakowa, Gniezna, Trzemeszna, Mogilna, rynny jezior Powidzkiego, Budzińskiego, Wilczyńskiego, Ostrowskiego, Gopła, a ze względu na metropolitalne położenie również rynna kórnicko-zaniemyska,
- **odcinki pradolin**, a w szczególności: mosiński oraz koniński odcinek Pradoliny Warszawsko-Berlińskiej, Poznański Przełom Warty, Pradolina Noteci w odcinku Chodzież, Ujście, Czarnków, Wieleń,
- **odcinki dolin rzek**: Dolna Obra, Dolna Wełna, Dolina Prosnys pod Kaliszem,
- Międzyrzecze Warciańsko-Noteckie (**rzeźba eoliczna**).

2.1.1.2 Budowa geologiczna

Podłoże skalne, jako czynnik kształtujący rzeźbę terenu i wpływający na krajobraz, może być traktowane w turystyce jako walor przyrodniczy. Utwory geologiczne, dostrzegalne czasem na powierzchni ziemi, czy też dostępne dla turysty w postaci jaskiń, powierzchniowych form krasowych czy wyrobisk, stanowią niewątpliwą atrakcję turystyczną. Do motywów podróży turystycznych można zaliczyć również podróże w celu poszukiwania i kolekcjonowania okazów geologicznych (minerałów, skamieniałości i kamieni szlachetnych).

2.1.1.3 Walory geoturystyczne

Geoturystyka zajmuje się poznawaniem georóżnorodności oraz przystosowaniem elementów przyrody nieożywionej do pełnienia funkcji turystycznej. Do **obiektów geoturystycznych** zalicza się najczęściej:

- naturalne walory geologiczne i geomorfologiczne, np. jaskinie, skałki, głązy narzutowe, wzgórza morenowe, interesujące formy krajobrazu, nagromadzenia fauny i flory kopalnej,

- obiekty przekształcone przez człowieka, np. dawne kopalnie, nieczynne kamieniołomy i inne odsłonięcia geologiczne,
- walory archeologiczne, historyczne, kulturowe, np. grodziska, architektura kamienna.

Miejsca, w których dostępne są obiekty geologiczne o walorach naukowych, dydaktycznych, czy też turystycznych stanowiące dziedzictwo geologiczne nazywane są **geostanowiskami**.

Wśród geostanowisk na obszarze Wielkopolski znalazły się (uwzględniając liczebność):

- elementy rzeźby – formy akumulacji (20), formy denudacyjne (1),
- stanowiska występowania interesujących minerałów lub skał (17),
- odsłonięcia geologiczne sztuczne (9),
- obiekty wodne (5),
- stanowiska paleontologiczne (1),
- inne (12), w tym m.in. obiekty archeologiczne (7), torfowiska (3).

Analizując rozmieszczenie przestrzenne geostanowisk w Wielkopolsce najwięcej obiektów zlokalizowanych jest w powiatach: poznańskim – 15 (dodatkowo w mieście Poznań – 4), kościańskim (9) oraz międzychodzkiem i wągrowieckim (po 5).

2.1.1.4 Warunki bioklimatyczne

Klimat Wielkopolski należy do strefy klimatu umiarkowanego, w której przenikają się wpływy morskie i kontynentalne. Przejściowość ta uwidacznia się głównie zmiennymi stanami pogody, zależnymi od napływających mas powietrza. Klimat województwa wielkopolskiego charakteryzują mniejsze niż w innych regionach Polski wahania temperatur. Lata są tu ciepłe, a zmiany łagodne. Średnia roczna temperatura wynosi około 8,2°C, ku północy spada do 7,6°C, a na krańcach południowych i zachodnich osiąga 8,5°C. Liczba dni w roku z pokrywą śnieżną dochodzi do 57 (w Kaliszu). Okres wegetacyjny należy do najdłuższych w Polsce i wynosi średnio 210-220 dni. Powoduje to, że także letni sezon rekreacyjny (okres o sprzyjających warunkach do wypoczynku na świeżym powietrzu) należy do najdłuższych w Polsce. Fakt ten ma istotne znaczenie dla rozwoju turystyki, zwłaszcza wypoczynkowej w strefie pojezierzy. Opady roczne wahają się od 500 do 550 mm, a we wschodniej części województwa spadają do ok. 450 mm. Przeważają wiatry zachodnie³⁵.

Z punktu widzenia oceny przydatności terenu dla rozwoju turystyki i wypoczynku istotne są **cechy bioklimatu**, tj. klimatu rozpatrywanego z perspektywy jego oddziaływania na organizm człowieka. Zgodnie z podziałem Polski na regiony bioklimatyczne³⁶ Wielkopolska w całości wchodzi w skład regionu Centralnego (IV). Bioklimat woj. wielkopolskiego zakwalifikowano do słabo

³⁵ *Raport o stanie środowiska w Wielkopolsce w roku 2013*, Wielkopolski Inspektorat Ochrony Środowiska w Poznaniu, 2014, s. 8.

³⁶ Błażejczyk, Kunert 2011

bodźcowego³⁷, z wyróżnieniem bioklimatu terenów zurbanizowanych o cechach obciążających (Poznań) oraz bioklimatu terenów leśnych o cechach oszczędzających (Puszcza Notecka, Park Krajobrazowy Dolina Baryczy).

Region Centralny (obok regionu Świętokrzysko-Małopolskiego) cechują najwyższe wartości **średniej rocznej temperatury w ciągu dnia** (godz. 12.00 UTC: 10,9-11,4°C). Przy czym obserwuje się w nim rzadziej występowanie skrajnych wartości temperatury: dni gorących oraz mroźnych niż w Regionie Południowo-Wschodnim. Średnie wartości temperatury powietrza o godz. 12: 00 UTC wynoszą w Wielkopolsce w sezonie zimowym 1,51-2,00 °C, natomiast w letnim > 21,0 °C. Stwarza to dobre warunki dla turystyki wypoczynkowej latem, zwłaszcza nad jeziorami, natomiast gorsze w sezonie zimowym, w zakresie form turystyki i rekreacji wymagających pokrywy śnieżnej. Pod względem **średniej liczby dni z temperaturą charakterystyczną** (niekorzystną z punktu widzenia biologicznego oddziaływania na organizm człowieka) liczba dni bardzo mroźnych w Wielkopolsce (jak i całym Regionie Centralnym) wynosi 3,1-4,0 w sezonie zimowym (mniejsza liczba tych dni występuje w kraju jedynie w regionie Nadmorskim), natomiast dni gorących >9,0 w sezonie letnim (jest to największa średnia liczba w skali kraju). Wielkopolskę cechuje mniejsza **wilgotność powietrza** niż Region Nadmorski. Natomiast rzadziej niż w regionie Karpackim występuje niepożądane pod względem oddziaływania na kondycję fizyczną organizmu zjawisko związane z wysoką temperaturą i wilgotnością powietrza, określane **parnością**.

Wysokość **opadów atmosferycznych** wynosi w Regionie Centralnym 500 – 700 mm, podobnie jak w Regionie Nadmorskim, Pojeziernym oraz Północno i Południowo-Wschodnim. Są to wartości niższe niż w Regionie Świętokrzysko-Małopolskim (780 mm rocznie) czy w regionach górskich, gdzie wartość ta przekracza lokalnie 1100 mm rocznie. Kulminacja opadów przypada na sezon letni, kiedy dominują krótkotrwałe, obfite opady pochodzenia konwekcyjnego (związane z silnym wypiętrzaniem się chmur kłębiastych typu Cumulus). Na warunki turystyki i rekreacji wpływa także liczba dni z opadem $\geq 0,1$ mm. Waha się ona od około 130 rocznie w regionie Centralnym do około 200 w Sudeckim i Karpackim.

Liczba dni z **pokrywą śnieżną** (warunkującą długość trwania **sezonu zimowego**) o grubości ≥ 10 cm w skali roku wynosi w Wielkopolsce 20-40 dni, natomiast o grubości ≥ 20 cm w części północnej województwa 10-20 dni, a w południowej do 10 dni. Średnia liczba dni **sezonu kąpielowego** waha się od 100 do 120 dni w skali roku³⁸.

Mgła jest zjawiskiem niepożądanym ze względu na występujące utrudnienia w penetracji terenu, związane z widocznością, dezorganizacją ruchu drogowego, lotniczego, jak również sprzyjanie

³⁷ Kozłowska – Szczęsna 1994

³⁸ Łobożewicz 1994

akumulacji zanieczyszczeń powietrza przy powierzchni gruntu. W bioklimatologii człowieka przyjmuje się, że w miejscowościach wypoczynkowych i uzdrowiskowych liczba dni z mgłą w ciągu roku nie powinna przekraczać 50 w okresie od października do marca i 15 w okresie od kwietnia do września (Kozłowska-Szczęсна i in. 2002). Norma ta jest zachowana dla większości obszaru Polski, w tym dla Wielkopolski. Liczba **dni z burzą** w sezonie zimowym nie przekracza w żadnym z regionów wartości 0,4. Latem zróżnicowanie regionalne jest większe. W Regionie Centralnym w sezonie letnim średnia liczba dni z burzą wynosi 2,0 – 3,0 (niższe wartości: <2 występują jedynie w Regionie Pojeziernym). Burze połączone są zazwyczaj z intensywnymi opadami atmosferycznymi³⁹ i są zjawiskiem lokalnym, dominują w sezonie letnim.

Ocena **lecniczych walorów klimatu**⁴⁰ wykazała, że pogody **korzystne dla klimatoterapii** stanowią w kwietniu, lipcu oraz październiku 80-90% wszystkich stanów, natomiast w styczniu 30-50%.

2.1.1.5 Wody w Wielkopolsce

Sieć rzeczna Wielkopolski składa się z równoleżnikowych odcinków płynących w pradolinach i południkowych odcinków przelomowych. Głównymi rzekami Wielkopolski są Warta i Noteć. Na północ od Noteci rzeki płyną w kierunku południowym (Drawa, Gwda, Łobzonka, Bukówka), czyli przeciwnym do generalnego kierunku odpływu wód w Polsce (północno-zachodni). Do większych rzek Wielkopolski należy również Obrą, Wełna i Proсна.

Na Warcie i Noteci możliwe jest uprawianie żeglugi śródlądowej, z kolei potencjał dla rozwoju turystyki kajakowej mają mniejsze rzeki. Do tych rzek można zaliczyć Gwdę z dopływami Ruryczą, Piławą, Głomią; Łobzonkę, Drawę, Wełnę, Prosnę i Obrę.

Sieć rzeczna uzupełniona jest kanałami. Pradolina Warciańsko-Odrzańską na odcinku od Mosiny do Kargowej poprowadzone są kanały Obry i kanał Mosiński. W ten sposób tworzą one szlak kajakowy: Mała Pętla Wielkopolski. Natomiast na północ od Konina Kanał Ślesieński łączy Wartę z j. Gopło, dzięki czemu możliwe było utworzenie Wielkiej Pętli Wielkopolski – szlaku wodnego, będącego produktem markowym, promowanym przez Wielkopolską Organizację Turystyczną.

Przez Wielkopolskę przebiega maksymalny zasięg ostatniego zlodowacenia, a co za tym idzie południowy zasięg występowania jezior. Przebiega on od Wschowy przez Leszno, Jarocin, Pызdry i Konin w kierunku Kłodawy. Na północ od tej linii występują liczne pojezierza wchodzące w skład Pojezierza Pomorskiego oraz Wielkopolsko-Kujawskiego.

³⁹ Woś 1999

⁴⁰ Błażejczyk 1994

W granicach województwa wielkopolskiego występują następujące pojezierza: Pojezierze Wałeckie, Pojezierze Krajeńskie, Pojezierze Chodzieskie, Pojezierze Poznańskie, Pojezierze Gnieźnieńskie i Leszczyńskie.

Największe jeziora w Wielkopolsce, o powierzchni powyżej 400 ha to Powidzkie, Zbąszyńskie, Niedzięgiel, Gostawskie. Jeziora o tak dużej powierzchni umożliwiają uprawianie żeglarstwa czy windsurfingu. W województwie znajdują się również jeziora głębokie. 40 metrów głębokości przekraczają jeziora Powidzkie, Popielewskie, Śremskie. Między innymi ten parametr powoduje, że jeziora są atrakcyjniejsze dla pływania.

Bardzo dobry potencjał ekologiczny posiadają jeziora Tuczo i Wapieńskie, a dobry Kamienieckie, Krępsko Długie, Mąkolno i Powidzkie.

2.1.1.6 Szata roślinna

Szata roślinna jest ważnym elementem budującym krajobraz rekreacyjny, może mieć właściwości terapeutyczne, a także jest przedmiotem zainteresowań poznawczych. Ponadto, zbiorowiska roślinne decydują o chłonności środowiska, co w połączeniu z wcześniej wspomnianymi czynnikami, jest istotne przy planowaniu zagospodarowania turystycznego.

Na charakter i rozmieszczenie **szaty roślinnej** wpływa wiele czynników. Do najważniejszych zaliczyć należy rzeźbę terenu i gleby, warunki klimatyczne, a także działalność człowieka. Również przeszłość geologiczna ma znaczenie. W Wielkopolsce historia rozwoju szaty roślinnej związana jest ze zlodowaczeniami. Południowa część regionu, która w okresie zlodowaczenia północnopolskiego nie była przykryta lądolodem, ma o wiele dłuższą historię w zakresie rozwoju gleb i roślinności. Część środkowa i północna regionu zyskała w czasie tego zlodowaczenia nową pokrywą mineralną i „świeżą” rzeźbę, a roślinność rozwijać mogła się dopiero po ustąpieniu lądolodu i ociepleniu klimatu (Stankowski 1999).

Obecnie w Wielkopolsce 50% powierzchni zajmują pola uprawne, 10% łąki i pastwiska, a tylko 25% lasy. W większości są to lasy sztucznie nasadzone przez człowieka, w których składzie 80% stanowi sosna (Kozłowski, Swędrzyński 2007). Drugie miejsce zajmują drzewostany dębowe (nieco ponad 10%) związane ze stanowiskami najżyźniejszymi. Najlepszym przykładem takich drzewostanów są Dąbrowy Krotoszyńskie. Dęby spotkać można również w lasach łęgowych doliny Warty. Największe w Europie skupisko pomnikowych dębów szypułkowych zlokalizowane jest w dolinie rzeki między Śremem a Mosiną i chronione jest w Rogalińskim Parku Krajobrazowym. Wśród innych gatunków budujących lasy regionu jest brzoza (ok. 4%), a także świerk pospolity, topola, buk pospolity, grab zwyczajny i jodła. Na terenach cechujących się wysokim poziomem wód gruntowych spotyka się olszę czarną. Największe połacie lasów olsowych występują w środkowo-zachodniej Wielkopolsce (okolice Leszna i Kościana) (Kozłowski, Swędrzyński 2007).

Obok zwartych kompleksów leśnych północnej Wielkopolski, tj. Puszczy Noteckiej oraz Borów Krajeńskich, duże połacie lasu spotkać można na południu – Dąbrowy Krotoszyńskie, czy też na zachodzie, w okolicach Grodziska Wlkp. i Nowego Tomyśla. Ze względu na lokalizację w aglomeracji poznańskiej wspomnieć trzeba o dwóch dużych kompleksach leśnych stanowiących zaplecze rekreacyjne mieszkańców Poznania, tj. Puszczy Zielonka oraz Wielkopolskim Parku Narodowym (z najstarszymi sosnami w województwie, liczącymi nawet 200 lat). Do ważnych w Wielkopolsce typów siedliskowych lasu należą grądy. Zachowały się one w dobrym stanie w wielu rejonach województwa, m.in. w Sierakowskim Parku Krajobrazowym oraz Parku Krajobrazowym Promno.

Dominującym elementem krajobrazu Wielkopolski są **poła uprawne**.

Najczęściej właściwości zdrowotne zbiorowisk polnych i ruderalnych są neutralne, ale w przypadku rolnictwa nowoczesnego (o znacznym zużyciu nawozów sztucznych) oddziaływanie na zdrowie jest negatywne. Dodatkowym mankamentem jest występowanie w dużym stężeniu alergicznych pyłków roślinnych. Tereny rolne, szczególnie w okresie letnim, mają bardzo wysokie wartości estetyczne i stanowią pożądane urozmaicenie krajobrazu. Zbiorowiska ruderalne natomiast mogą być bez ograniczeń użytkowane jako tereny masowej rekreacji (boiska sportowe).

Ważnym elementem krajobrazu są **zadrzewienia śródpolne**. Nie stanowią odrębnych ekosystemów ze względu na niewielkie rozmiary, ale pełnią ważne funkcje. Sadzone były przez ludzi lub też wyrastały samoistnie. Powstawały już w XIX w. w okolicach Turwi i stanowią jeden z przedmiotów ochrony w agroekologicznym Parku Krajobrazowym im. generała Dezyderego Chłapowskiego, który zainicjował tworzenie pasów wiatrochronnych.

Oprócz roślinności występującej na lądzie na omawianym obszarze występuje bogactwo **roślinności przybrzeżnej i wodnej**. Występowanie roślinności wodnej, ma obok stanu czystości wody, pierwszorzędne znaczenie dla turystyki i rekreacji. Stopień zarośnięcia roślinnością wodną warunkuje możliwość korzystania ze sprzętu wodnego i kąpeli (Deja 2001). Zwarta roślinność w strefie przybrzeżnej uniemożliwia plażowanie i kąpiele, ale z drugiej strony jest elementem pozytywnym z punktu widzenia wędkarstwa (wśród zarośli żyje bogaty świat owadów, które stanowią pokarm dla ryb).

Zieleń jest niewątpliwym elementem estetycznym, łagodzącym emocje i stresy. Stosunek do przyrody – nie tylko szaty roślinnej, ale wszystkich komponentów, jest uwarunkowany kulturowo⁴¹.

⁴¹ Szata roślinna, podobnie jak cała przyroda, podlega procesowi wartościowania. Jednym ze sposobów typologizowania wartości jest podejście funkcjonalne, w którym podstawowym kryterium jest stosunek turysty do przyrody, jako miejsca realizacji różnych potrzeb (cielesnych, duchowych i gospodarczych). W grupie wartości antropocentrycznych obok wartości psychostymulujących i terapeutycznych A. Krzymowska-Kostrowicka (1997) wyróżnia również wartości kulturowe. Do najciekawszych zaliczyć należy wartości symboliczne, będące odwzorowaniem w przyrodzie archetypów, mitów i legend, wartości religijne oraz ludyczne – przyroda jako pole zabaw, rekreacji.

Kultura może poszerzać lub ograniczać sposoby percepcji otoczenia. Wzbogaca obserwowany obraz tworząc znaczenia, mity i symbole, a z drugiej strony stwarza schematy interpretacyjne, które ograniczają odbiór (Krzymowska-Kostrowicka 1997).

2.1.1.7 Świat zwierzęcy

Środowisko biotyczne, tworzy obok roślinności również **świat zwierzęcy**. Dla badanego obszaru ma on charakter typowy dla fauny Niżu Polskiego, ale obecność dużej liczby akwenów w północnej i środkowej części obszaru powoduje, że jest on zdominowany przez awifaunę, ryby i płazy⁴². Spotkać tutaj można tak różne gatunki ptactwa, w tym ptaki drapieżne, takie jak myszołowy zwyczajne, jastrzębie, krogulce i rzadkie pustułki, kobuzy i kanie, a także bielika (Bereszyński 2004).

Lasy są ostoją **zwierzyny grubej**: jeleni, danieli, saren i dzików (Bereszyński 2004). W regionie występują również nietoperze (m.in. gacek borowy oraz borowiec wielki), których duże skupiska spotkać można w ruinach fortyfikacji.

Reintrodukowano żubra oraz bobra europejskiego, które wymarły w średniowieczu. Obecnie, dzięki ponownemu zasiedleniu, populacja bobra sięga kilku tysięcy osobników (co ma niekiedy negatywne skutki dla gospodarki człowieka), a żubra 25 osobników żyjących dziko.

2.1.1.8 Parki oraz ogrody botaniczne i zoologiczne

Parki oraz ogrody należą do szczególnych obiektów przyrodniczych, gdyż ukształtowane zostały przez człowieka. Miejsca te pełnią różnorodne funkcje – naukowe, doświadczalne, hodowlane, a także turystyczne. Ich zwiedzanie z pewnością poszerza wiedzę o przyrodzie, nie tylko omawianego regionu. W Wielkopolsce godne odwiedzenia obiekty o tym charakterze to:

- Ogród Botaniczny UAM w Poznaniu,
- Ogród Dendrologiczny UP w Poznaniu,
- Poznańska Palmiarnia,
- Arboretum w Kórniku,
- Arboretum w Gołuchowie,
- Arboretum Leśne UP w Zielonce,
- Ogród Zoologiczny w Poznaniu (Stare Zoo),
- Nowy Ogród Zoologiczny w Poznaniu,
- Ogród Zoologiczny w Nowym Tomysłu,
- Mini Zoo w Lesznie,
- Mini Zoo w parku miejskim w Koninie,

⁴² Liczebność gadów oraz płazów zmniejsza się drastycznie nie tylko w Wielkopolsce. W województwie stwierdzono występowanie 13 gatunków płazów (72% wszystkich płazów krajowych)

- Stacja Doświadczalna Katedry Zoologii UP w Stobnicy,
- Stacja Żubrów w Gołuchowie.

2.1.1.9 Ochrona przyrody

Obszary prawnie chronione w Wielkopolsce zajmują ponad 30% powierzchni województwa.

Do najciekawszych rezerwatów udostępnionych do zwiedzania należą **rezerваты leśne**: „Buczyna” w powiecie obornickim, „Buczyna Helenopol” i „Dąbrowa Smoszew”, odpowiednio na południe i na wschód od Krotoszyńska, „Buki nad Jeziorem Lutomskim” w gminie Sieraków (tu jedyne w Wielkopolsce stanowisko popielicy, chronionego gryzonia nadrzewnego), „Czeszewski Las” w gminach Miłosław i Żerków, „Diabli Skok” na terenie gminy Jastrowie, „Klasztorne Modrzewie koło Dąbrówki Kościelnej” – gmina Murowana Goślina, „Kolno Międzychodzkie” w gminie Międzychódz, „Las liściasty w Promnie” (gmina Pobiedziska), „Olbina” (powiat kaliski), „Świetlista Dąbrowa” w gminie Obrzycko oraz rezerwat „Zielona Góra” w gminie Wyrzysk. Oprócz rezerwatów leśnych wśród najciekawszych wyróżniają się **rezerваты krajobrazowe** „Kuźnik” w granicach Piły oraz „Meteoryt Morasko” w Poznaniu. Do najciekawszych zaliczono także **rezerваты florystyczne** „Mszar Bogdaniec” (powiat krotoszyński), „Śnieżycowy Jar” (gmina Murowana Goślina) oraz „Wydymacz” w powiecie ostrowskim (Anders, Szafrąński 2004)

Ochroną prawną objęto w Wielkopolsce najcenniejsze pod względem przyrodniczym i krajobrazowym obszary, co daje szansę na zachowanie tych terenów dla przyszłych pokoleń, a także racjonalne ich udostępnienie dla turystyki. W wielu obiektach i obszarach tworzy się ścieżki dydaktyczne oraz ośrodki edukacji przyrodniczej czy ekologicznej skierowane głównie do grup szkolnych oraz turystów indywidualnych i profilu ekologicznym i poznawczym (ekoturystyka). Ekspozycje przyrodnicze prowadzone są również przez Wielkopolski Park Narodowy (Muzeum Przyrodnicze w Jeziorach) oraz przez Zespół Parków Krajobrazowych Województwa Wielkopolskiego (w Ośrodkach Edukacji Przyrodniczej w Chalinie i w Łądzie), a także w placówkach prowadzonych przez Lasy Państwowe (np. w Ośrodku Edukacji Leśnej Centrum Zarządzania Łęgami w Czeszewie, w Ośrodku Edukacyjnym Łysy Młyn na północnych obrzeżach Poznania).

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim



Ryc. 1 Krajowe formy ochrony przyrody w województwie wielkopolskim

Źródło: „Program Ochrony Środowiska w województwie wielkopolskim na lata 2012-2015”

Uwaga: Rycina prezentuje nie do końca poprawne granice PK Promno i Sierakowskiego PK, nie zawiera informacji o utworzonym w 2015 r. rezerwacie przyrody w Pile „Nietoperze w Starym Browarze” oraz nie w pełni oddaje stan prawny Obszarów Chronionego Krajobrazu.

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim



Ryc. 2 Obszary Natura 2000 w województwie wielkopolskim

Źródło: „Program Ochrony Środowiska w województwie wielkopolskim na lata 2012-2015”

2.1.2 Analiza walorów antropogenicznych

Wielkopolska, będąca kolebką państwowości polskiej, na terenie której zlokalizowane są obiekty o średniowiecznym, a czasem jeszcze starszym rodowodzie (np. grodziska w Gieczu czy Grzybowie) należy do regionów bogatych w walory krajoznawcze.

Wybór najatrakcyjniejszych walorów antropogenicznych nie jest jednoznaczny, ponieważ atrakcyjność jest pojęciem subiektywnym. Dlatego też na potrzeby diagnozy wybrano te walory, które najczęściej są opisywane w publikacjach krajoznawczych. W ten sposób uwzględniono zdanie autorów tych publikacji – ekspertów krajoznawstwa.

Z uwagi na coraz powszechniejsze wykorzystanie nowoczesnych technologii w turystyce (również na etapie wyboru miejsca wyjazdu), uwzględniono także dane prezentowane w aplikacji (przewodniku na telefony komórkowe) przygotowanej w ramach projektu GPSwielkopolska (www.gpswielkopolska.pl), realizowanego przez Samorząd Województwa Wielkopolskiego.

Na potrzeby niniejszej analizy przygotowano zestawienia walorów krajoznawczych uwzględniające ich typ, przynależność terytorialną (w ujęciu powiatowym) oraz to, w której z analizowanych publikacji zostały zamieszczone. Wyniki analiz przedstawiono w formie opisowej i kartograficznej.

Klasyfikacja walorów krajoznawczych

Do przeprowadzenia analizy zróżnicowania typologicznego walorów, przyjęto klasyfikację rzeczową zawartą w założeniach programowych i organizacyjnych Inwentaryzacji Krajoznawczej PTTK. Klasyfikacja inwentaryzacyjna obejmuje osiem typów obiektów, z czego punkty 2 – 7 dotyczą walorów kulturowych:

1. **Środowisko przyrodnicze** (obiekty geologiczne, krajobraz, wody powierzchniowe, formy ochrony przyrody, parki i ogrody).
2. **Obiekty archeologiczne** (grodziska, rezerваты, cmentarzyska, dawne miejsca produkcji, miejsca i zabytki kultowe).
3. **Zabytki architektury i urbanistyki** (założenia miejskie, budynki mieszkalne, pałace i dwory, obiekty i zespoły sakralne, obiekty użyteczności publicznej, obiekty obronne, budynki gospodarcze, obiekty małej architektury).
4. **Upamiętnione miejsca historyczne** (miejsca bitew i innych wydarzeń historycznych, cmentarze, pomniki, tablice pamiątkowe i epitafia, miejsca związane z wybitnymi ludźmi, i in.).
5. **Zabytki techniki** (obiekty przemysłowe, rzemieślnicze, transportu i komunikacji, budowle hydrotechniczne i wiatrowe, obiekty górnictwa, zegary słoneczne i wieżowe).
6. **Muzea, archiwa, zbiory** (muzea i zbiory ponadregionalne, regionalne, skanseny, izby regionalne, pamięci narodowej, zbiory prywatne o wartości krajoznawczej).
7. **Obiekty i ośrodki kultury ludowej** (układy ruralistyczne obiekty sakralne, chałupy, zagrody, budynki gospodarcze, przemysłowe, rzemieślnicze, czynne ośrodki sztuki ludowej, folklor).
8. **Obiekty współczesne** (powstałe po 1945 roku), imprezy (założenia przestrzenne, obiekty użyteczności publicznej, budynki mieszkalne, tradycyjne imprezy kulturalne, i in.).

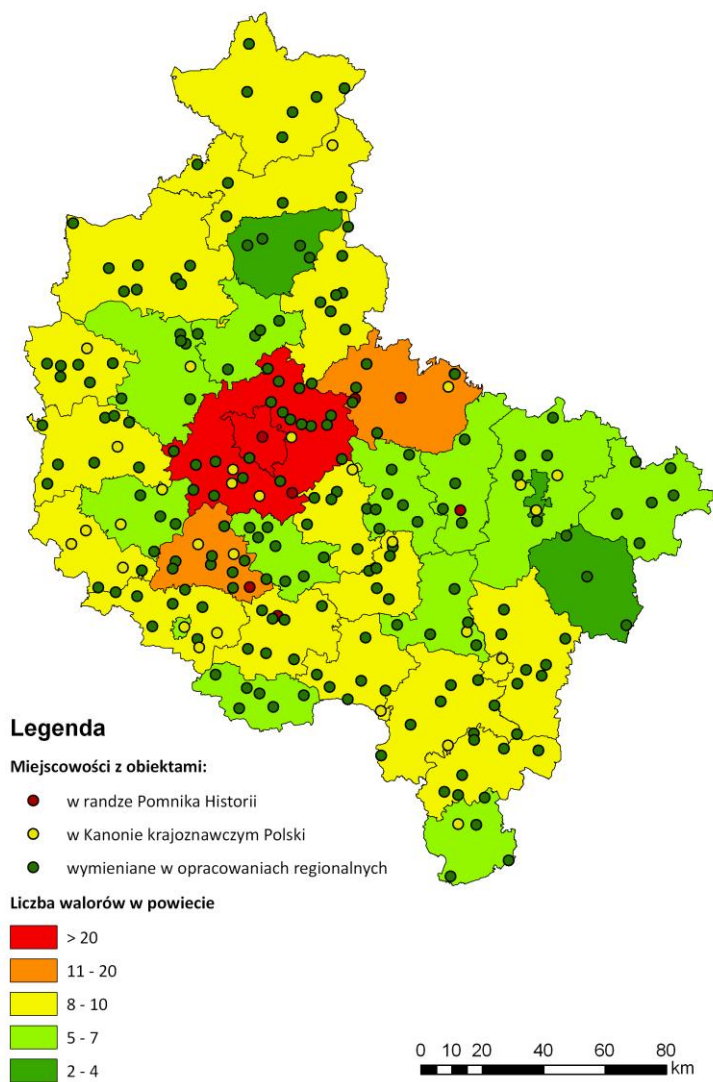
Przyjęcie takiego podziału umożliwiło dokonanie klasyfikacji wszystkich walorów krajoznawczych opisywanych w analizowanych publikacjach. Pamiętać należy jednakże o tym, że z planistycznego punktu widzenia, obok typologii istotne jest również przestrzenne rozmieszczenie walorów krajoznawczych. Wpływa ono na atrakcyjność obiektów, a także na to w jaki sposób zorganizowane jest ich zwiedzanie. W Planie Przestrzennego Zagospodarowania Turystycznego Polski (Instytut Turystyki 1973, za: Kruczek i in. 2010) zamieszczono podział miejscowości krajoznawczych na wielkie centra krajoznawcze oraz mniejsze zespoły oraz pojedyncze obiekty. W podręczniku T. Lijewskiego i in. (2008) wydzielono trzy klasy hierarchiczne:

1. Sześć dużych zgrupowań obiektów krajoznawczych z dominacją walorów antropogenicznych o znaczeniu międzynarodowym i najwyższym znaczeniu krajowym. W tej grupie obiektów znajduje się Poznań.
2. Około 150 mniejszych zgrupowań zabytków architektury budownictwa oraz pojedynczych obiektów różnego rodzaju walorów o znaczeniu międzynarodowym lub wysokim znaczeniu krajowym.
3. Ponad 350 mniejszych zgrupowań zabytków architektury budownictwa oraz pojedynczych obiektów różnego rodzaju walorów o drugorzędnym znaczeniu krajowym.

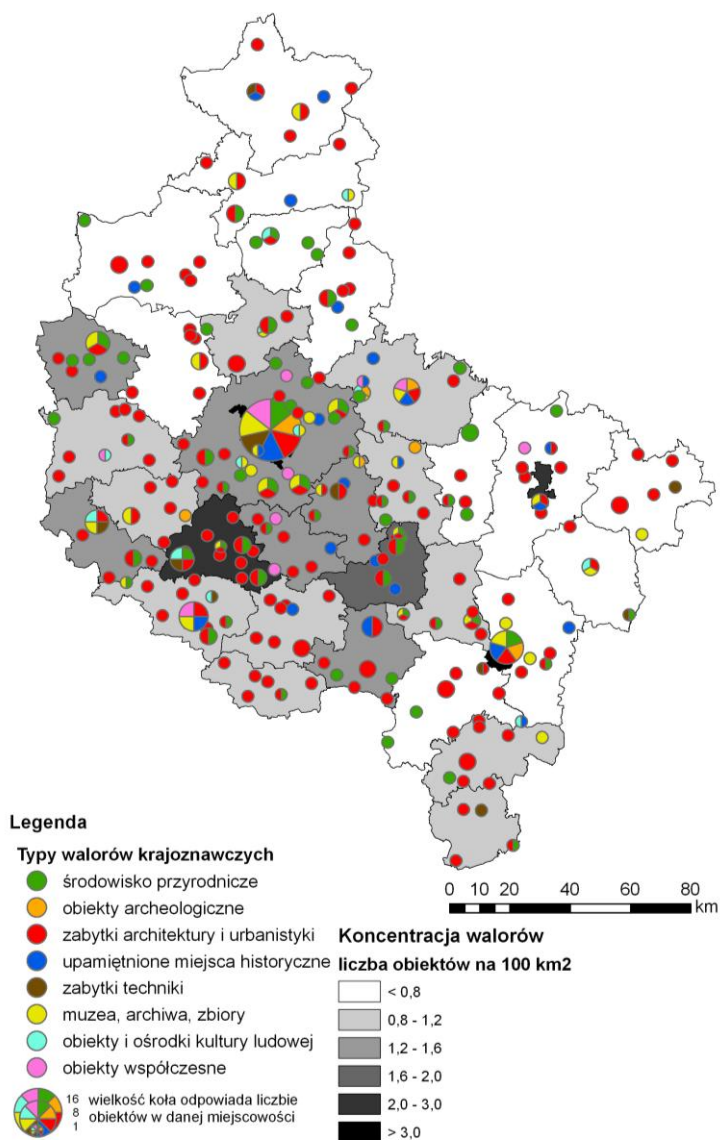
2.1.3 Miasta i powiaty wyróżniające się atrakcyjnością turystyczną – przestrzenne zróżnicowanie województwa pod kątem atrakcyjności turystycznej

We wszystkich analizowanych źródłach wymienione zostały 322 obiekty krajoznawcze znajdujące się w 233 miejscowościach. Miasto Poznań i powiat poznański gromadzą 58 obiektów (18%). Uwzględniając powiaty gnieźnieński i kościański okazuje się, że ta część centralnej Wielkopolski gromadzi ponad 1/4 wszystkich obiektów krajoznawczych. Powiaty te gromadzą również 5 z 7 obiektów w randze Pomnika Historii (ryc. 3).

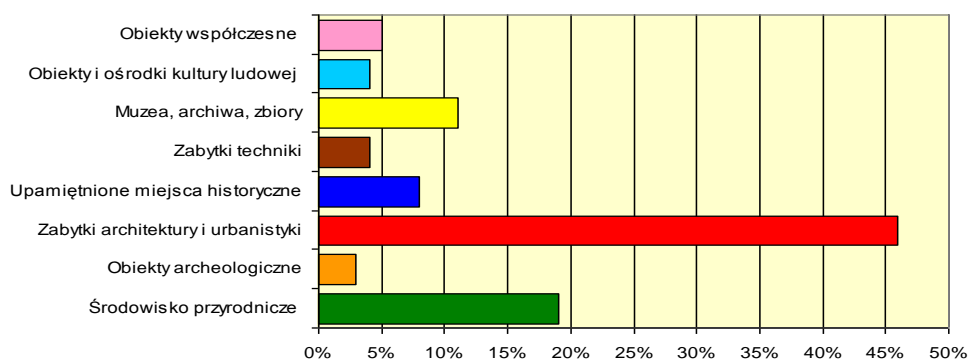
Nierównomierne jest również rozmieszczenie obiektów krajoznawczych o randze ogólnopolskiej. Jedna czwarta znajduje się w Poznaniu, następna czwarta część w dalszych trzech powiatach: poznańskim, kościańskim i gnieźnieńskim.



Ryc. 3 Walory krajoznawcze w powiatach województwa wielkopolskiego według ich liczby i rangi
Źródło: Piotrowski, Potocka, w druku



Ryc. 4 Walory krajoznawcze w powiatach województwa wielkopolskiego według ich koncentracji i typów
Źródło: Piotrowski, Potocka, w druku



Ryc. 5 Typologia walorów krajoznawczych w województwie wielkopolskim
Źródło: Piotrowski, Potocka, w druku

Analizując typologię walorów krajoznawczych Wielkopolski opisywanych w publikacjach (ryc. 4 i 5) zauważyć można, że na badanym obszarze występują walory z wszystkich ośmiu wyróżnionych typów obiektów. Jednocześnie obserwuje się dominację zabytków architektury i urbanistyki (ponad 45%). Największą różnorodnością typologiczną walorów krajoznawczych cechuje się Poznań (7 typów obiektów), a także Gniezno i Kalisz (po 5 typów). Nieco mniejsze zróżnicowanie charakteryzuje walory Kościana, Leszna i Wolsztyna.

2.1.4 Główne imprezy turystyczne (kulturalne, rozrywkowe, sportowe, rekreacyjne) w województwie wielkopolskim

W województwie wielkopolskim odbywa się co roku wiele różnorodnych imprez o randze regionalnej, krajowej, jak i międzynarodowej. Do wiodących ośrodków kultury w Polsce należy Poznań (liczne wydarzenia związane m. in. z działalnością Filharmonii, Teatru Wielkiego – opery, teatrów dramatycznych). W Poznaniu istnieje kilka salonów wystawowych, m. in. Galeria Miejska Arsenał na Starym Rynku, Galeria „U Jezuitów”, Galeria w Starym Browarze, Centrum Kultury „Zamek”. Teatry dramatyczne działają również w Gnieźnie (Teatr im. Aleksandra Fredry) oraz Kaliszu (Teatr im. Wojciecha Bogusławskiego). Kulturalne imprezy cykliczne o randze międzynarodowej odbywają się głównie w stolicy Wielkopolski, w tym o takiej renomie jak Międzynarodowy Konkurs Skrzypcowy im. Henryka Wieniawskiego oraz Malta Festiwal Poznań. Kalisz jest miejscem organizacji dorocznych Kaliskich Spotkań Teatralnych, a także Międzynarodowego Festiwalu Pianistów Jazzowych⁴³.

Infrastruktura sportowa Poznania, jak również dobra dostępność komunikacyjna, umożliwia organizowanie masowych imprez sportowych. Hala Widowiskowo-Sportowa Arena, INEA Stadion, Tor Regatowy Malta są miejscami organizacji licznych imprez sportowych. Wyścigi samochodowe odbywają się na Torze Poznań w Przeźmierowie. Leszno, Gniezno, Ostrów Wlkp. oraz Piła należą do wiodących ośrodków sportu żużlowego w kraju. W Lesznie do prężnie działających należy Centralna Szkoła Szybowcowa, na bazie lotniska szybowcowego zorganizowano w Lesznie czterokrotnie mistrzostwa świata w szybownictwie, do znanych imprez należą także zawody balonowe. Długie tradycje mają biegi przełajowe w Ostrzeszowie. W obiektach Międzynarodowych Targów Poznańskich (MTP) mają miejsce krajowe i międzynarodowe targi, wystawy, konferencje. MTP organizują rocznie ponad 80 targów i 2000 kongresów, które odwiedza niemal milion osób⁴⁴.

⁴³ *Kanon krajoznawczy województwa wielkopolskiego*, 2010. W. Łęcki (red.), Bogucki, Wydawnictwo Naukowe, Poznań.

⁴⁴ http://www.mtp.pl/all/pl/serwis/serwis_dla_zwiedzajacych/ [dostęp: 1.09.2014]

Do uczestników organizowanych imprez należą zarówno mieszkańcy regionu, jak i turyści. W celu ustalenia wiodących imprez turystycznych w województwie wielkopolskim uwzględniono:

- liczbę uczestniczących turystów,
- międzynarodowy zasięg.

Zestawienie głównych imprez, jakie miały miejsce w poszczególnych powiatach w ciągu ostatnich trzech lat, tj. w okresie 2012-2014, zawarto w załączniku do diagnozy. Przygotowano je na danych przesłanych z poszczególnych powiatów oraz lokalnych organizacji turystycznych. We wszystkich powiatach odnotowano występowanie zróżnicowanych imprez o charakterze cyklicznym, w znacznym stopniu związanych z typem lokalnych walorów turystycznych. Wśród uczestników zauważalna była dominacja mieszkańców regionu.

Analiza wydarzeń, w których brali udział turyści, wskazuje na duży potencjał w zakresie imprez masowych o randze międzynarodowej i charakterze kulturalnym, głównie miast: Poznania, Kalisza, Gniezna oraz Leszna. Do centrów wydarzeń sportowych, obok Poznania, zaliczyć należy także Leszno (szybownictwo, baloniarstwo, żużel, zawody konne), a w zakresie specjalizacji w imprezach wodnych – okolice Konina. Wydarzenia o charakterze rozrywkowym o randze międzynarodowej i/lub masowej często wyróżniają powiaty o dominacji terenów wiejskich oraz walorów przyrodniczych. Problem związany z ustaleniem rangi różnego rodzaju imprez związany jest zarówno z ich dużą liczbą, wielością organizatorów, jak również brakiem spójnego systemu monitorowania kalendarza imprez, zarówno pod względem ich zróżnicowania, jak i liczby uczestników (mieszkańców, turystów krajowych, zagranicznych). Wprowadzenie takiego systemu ułatwiłoby sprawniejsze zarządzanie kalendarzem imprez na poziomie lokalnym i regionalnym (unikanie powtarzania imprez o podobnym charakterze, nazwie; ustalenie hierarchii imprez, w tym odgrywających kluczowe znaczenie w promocji turystycznej i kreowaniu wizerunku regionu).

2.2 Analiza i prognoza przyjazdowego ruchu turystycznego

Diagnoza ruchu turystycznego została przygotowana w oparciu o wyniki następujących badań:

- „Baza noclegowa turystyki i jej wykorzystanie” przeprowadzone przez Główny Urząd Statystyczny. Jest to badanie pełne, zapewniające dane dotyczące: liczby i struktury bazy noclegowej zbiorowego zakwaterowania w Polsce, liczby korzystających z tej bazy oraz liczby udzielonych noclegów z podziałem na rodzaj gości, a także dane dotyczące wykorzystania

obiekty. Wskazane informacje są dostępne dla wszystkich poziomów agregacji przestrzennej kraju, a część także w układzie miesięcznym⁴⁵.

- „Badanie ruchu turystycznego w Wielkopolsce w 2011 i 2013 – wielkość, struktura oraz ocena jakości usług turystycznych i określenie turystycznego wizerunku Wielkopolski” przygotowane przez Biostat w ramach projektu „Przeprowadzenie badań marketingowych ruchu turystycznego w Wielkopolsce w roku 2011 i 2013 w celu oszacowania jego wielkości i struktury oraz oceny jakości usług turystycznych i określenia turystycznego wizerunku Wielkopolski”. W opracowaniu, na podstawie wywiadów bezpośrednich oraz zogniskowanych wywiadów grupowych, oszacowano między innymi wielkość strukturę i dynamikę ruchu turystycznego w Wielkopolsce.

2.2.1 Przyjazdy turystów krajowych i zagranicznych do miejscowości w województwie wielkopolskim

W latach 2006-2013 obserwowano, z małymi wahaniami, spadek liczby przyjazdów turystów krajowych i zagranicznych do miejscowości województwa wielkopolskiego. Najwyższe wartości w zakresie liczby przyjazdów krajowych i zagranicznych odnotowano w roku 2006. Podobnie wysokie wartości liczbowe w roku 2012 wskazują na wzrost liczby przyjazdów względem lat 2007-2011, ale jest on ściśle związany z organizacją przez Polskę Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej Euro 2012 (w czerwcu 2012 roku w Poznaniu rozegrano trzy mecze grupowe). Najmniej przyjazdów odnotowano w roku 2011. W roku 2013 liczba przyjazdów turystów krajowych była na średnim poziomie.

Krajowy ruch turystyczny w latach 2010-2013

Województwo wielkopolskie plasuje się w skali kraju na umiarkowanych pozycjach pod względem liczby przyjazdów turystów, nie zajmując ani pozycji czołowych, ani końcowych. W latach 2006 - 2011 obserwowano spadek liczby turystów przyjeżdżających do Wielkopolski, który należy wiązać z kryzysem gospodarczym i finansowym trwającym od 2007 roku. W roku 2012 odnotowano znaczny wzrost liczby przyjazdów związany z organizacją przez Polskę Euro 2012. Pozytywne wyniki odnotowano także w roku 2013.

Tab. 6 Przyjazdy turystów krajowych do województwa wielkopolskiego 2006-2013

Rok	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Przyjazdy turystów krajowych do miejscowości województwa wielkopolskiego (w mln.). W tym:	3,2	2,1	2,4	2,4	2,4	1,6	3,1	2,6
1. Przyjazdy krótkookresowe od 2 do 4 dni (w mln.)	2,1	1,5	1,6	1,8	1,8	1,1	2,3	1,8

⁴⁵ Dla prezentacji danych w niniejszym badaniu GUS przyjął zmianę w sposobie prezentacji danych, polegającą na zastąpieniu terminu „turystyczne obiekty zbiorowego zakwaterowania” na „turystyczne obiekty noclegowe” W diagnozie (z uwagi na zakres czasowy) posługiwano się terminem pierwotnym.

2. Przyjazdy długookresowe powyżej 5 dni (w mln.)	1,1	0,6	0,8	0,6	0,6	0,5	0,8	0,8
3. Przyjazdy turystów krajowych spoza województwa wielkopolskiego (w mln.)	1,3	1,3	1,2	1,6	1,1	1,0	0,6	b.d.

Źródło: Wskaźniki monitorowania realizacji strategii (maj 2014) - materiały archiwalne Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego; Janczak, Patelak, *Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych w 2013 roku*; b.d. - brak danych

W ogólnej liczbie przyjazdów turystów do województwa wielkopolskiego dominują przyjazdy krótkookresowe. Ich udział procentowy w całkowitej liczbie przyjazdów jest znacznie wyższy niż udział procentowy przyjazdów krótkoterminowych w ogólnej liczbie przyjazdów w skali całego kraju.

Turystyka krajowa do Wielkopolski w okresie wakacji

W przypadku przyjazdów do województwa wielkopolskiego w okresie wakacyjnym dominują w większym stopniu przyjazdy krótkookresowe. Natężenie ruchu turystycznego w lipcu i sierpniu 2013 roku wyniosło 0,6 mln, z czego podróże długookresowe stanowiły 0,25 mln (42%), a krótkookresowe 0,35 mln (58%). Przyjazdy Polaków do województwa wielkopolskiego w okresie wakacyjnym stanowiły 23% liczby przyjazdów krajowych w roku 2013 (Łaciak 2013: 51-53). Warto podkreślić, iż mamy do czynienia z sezonowością ruchu turystycznego, który nasila się w okresie wakacyjnym.

Tab. 7 Udział przyjazdów wg celów w ogólnej liczbie przyjazdów długo- i krótkookresowych w %

Cel	Przyjazdy długookresowe województwo wielkopolskie (Polska)			Przyjazdy krótkookresowe województwo wielkopolskie (Polska)		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012
Turystyka, wypoczynek	23 (54)	58 (52)	26 (49)	23 (31)	27 (30)	15 (31)
Odwiedziny u krewnych, znajomych	62 (28)	28 (30)	32 (24)	62 (52)	57 (52)	37 (36)
Służbowy, interesy	9 (10)	6 (10)	31 (16)	10 (12)	12 (14)	33 (24)
Inny	6 (8)	8 (8)	11 (11)	5 (5)	4 (4)	15 (9)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Byszewska-Dawidek M., Radkowska B. *Turystyka polska w 2012. Układ regionalny*; Krajowy ruch turystyczny; Materiały archiwalne Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego

Cele w jakich turyści krajowi przyjeżdżają do województwa wielkopolskiego różnią się od średniego udziału celów przyjazdów do innych miejscowości Polski, zwłaszcza w odniesieniu do celów przyjazdów długookresowych. W roku 2010 odnotowano zdecydowaną większość przyjazdów w celu odwiedzin krewnych i znajomych, zarówno krótko- jak i długookresowych (62% i 62%). Recepja przyjazdów do miejscowości województwa wielkopolskiego w celach służbowych i w interesach w roku 2012 wyraźnie wzrosła w stosunku do lat ubiegłych, a także w stosunku do średniej krajowej.

Dla przyjazdów długookresowych wyniosła 31%, natomiast dla przyjazdów krótkookresowych 33% (tab. 7).

W odniesieniu do sposobu organizacji podróży długookresowych do województwa wielkopolskiego dominowały przyjazdy organizowane samodzielnie. Ich udział w ogólnej liczbie przyjazdów długookresowych wyniósł w roku 2010 - 81%, w roku 2011 - 81%, natomiast w roku 2012 - 68%. Pozostałe wyjazdy zostały zorganizowane przez zakład pracy, szkołę lub inną instytucję. Z przyjazdów zorganizowanych przez biura podróży skorzystała znikoma liczba podróżnych, poniżej 1%. W odniesieniu do przyjazdów krótkookresowych liczba podróży zorganizowanych samodzielnie stanowiła w roku 2010 - 96%, w roku 2011 - 87%, a w roku 2012 - 75%. Pozostałe przyjazdy krótkookresowe zostały zorganizowane przez zakład pracy, szkołę, biuro podróży lub inną instytucję (Byszewska-Dawidek, Radkowska 2013: 51-55).

Tab. 8 Udział przyjazdów w poszczególnych porach roku w ogólnej liczbie przyjazdów krótko- i długookresowych (%) oraz średnia liczba noclegów

PODRÓŻE KRÓTKOOKRESOWE						
	Rok	Wiosna	Lato	Jesień	Zima	Średnia liczba noclegów
Województwo wielkopolskie	2010	38%	16%	12%	35%	1,7
Polska		22%	33%	23%	22%	1,9
Województwo wielkopolskie	2011	22%	36%	18%	24%	1,9
Polska		27%	30%	16%	27%	1,9
Województwo wielkopolskie	2012	26%	26%	20%	28%	1,8
Polska		27%	30%	17%	26%	1,9
PODRÓŻE DŁUGOOKRESOWE						
	Rok	Wiosna	Lato	Jesień	Zima	Średnia liczba noclegów
Województwo wielkopolskie	2010	28%	56%	5%	11%	8,9
Polska		14%	57%	12%	17%	9,8
Województwo wielkopolskie	2011	22%	58%	18%	2%	7,8
Polska		13%	55%	15%	17%	9,0
Województwo wielkopolskie	2012	24%	41%	14%	21%	7,5
Polska		13%	54%	16%	17%	8,4

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Byszewska-Dawidek M., Radkowska B. *Turystyka polska w 2012. Układ regionalny*

Podczas gdy liczba przyjazdów krótkookresowych do miejscowości województwa wielkopolskiego podlega nieznacznym wahaniom w ciągu roku, to w odniesieniu do przyjazdów długookresowych obserwujemy wahania sezonowe. Najwięcej turystów przybywa do Wielkopolski latem, najmniej jesienią (tab. 8).

Przyjazdy obcokrajowców

Od momentu wejścia Polski do strefy Schengen ruch turystyczny rejestrowany jest głównie na granicach państw nie należących do tej strefy. Dlatego też liczba przyjazdów jest szacowana zasadniczo w oparciu o ilość udzielonych noclegów. Od roku 2006 obserwujemy znaczny spadek

liczby przyjazdów turystów zagranicznych do miejscowości województwa wielkopolskiego. W minionym okresie odnotowano nawet zmniejszenie tej liczby o połowę.

Tab. 9 Przyjazdy turystów zagranicznych do miejscowości województwa wielkopolskiego

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Przyjazdy turystów zagranicznych do miejscowości woj. wielkopolskiego (w mln), w tym według celów:	1,8	1,8	1,4	0,93	0,9	0,8	1,0	b.d.
1. turystyka, wypoczynek	12%	9%	11%	14%	13%	15%	25%	b.d.
2. interesy	32%	41%	38%	40%	40%	35%	25%	b.d.
3. odwiedziny u krewnych, znajomych	13%	13%	18%	15%	17%	24%	17%	b.d.
4. zakupy	8%	3%	1%	2%	2%	8%	8%	b.d.
5. tranzyt	29%	25%	23%	6%	4%	1%	2%	b.d.
6. inny	6%	9%	9%	23%	24%	18%	23%	b.d.

Źródło: Instytut Turystyki w Warszawie „Turystyka. Układ regionalny”

W latach 2006-2012 odnotowano najwięcej przyjazdów zagranicznych do województwa wielkopolskiego w interesach, które stanowiły od 25-41%. Liczba przyjazdów w celach turystycznych i wypoczynkowych kształtowała się w granicach 11-15%. Najmniej przyjazdów w celach turystycznych zanotowano w roku 2007, zaledwie 9%, natomiast najwięcej w roku 2012, aż 25% (tab. 9).

Recepcja przyjazdów turystów zagranicznych do Wielkopolski, wynosząca w roku 2010 - 0,9 mln uplasowała województwo na pozycji szóstej w skali kraju. W roku 2011 województwo wielkopolskie zajęło pozycję dziewiątą w skali kraju z przyjazdami rzędu 0,8 mln, natomiast w roku 2012 pozycję dziesiątą z milionem przyjazdów turystów zagranicznych.

Grupą turystów zagranicznych najliczniej odwiedzającą województwo wielkopolskie stanowią Niemcy. Liczba ich przyjazdów do Wielkopolski stanowi ponad połowę wszystkich przyjazdów zagranicznych. W skali całego kraju - liczba przyjazdów turystów niemieckich stanowiła w roku 2010 - 36%, w roku 2011 - 34%, a w roku 2012 - 32% wszystkich przyjazdów turystów zagranicznych do Polski.

Poza Niemcami, dominującymi w strukturze przyjazdów zagranicznych do województwa wielkopolskiego, w roku 2010 z państw graniczących z Polską na wschodzie przyjechało 70 tys. turystów, z państw graniczących od południa 10 tys., z innych państw europejskich 280 tys., natomiast spoza Europy 90 tys. osób.

Tab. 10 Udział przyjazdów do Wielkopolski według sposobów organizacji podróży i długości pobytu. Wydatki turystów zagranicznych

Rok	2010 %	2011 %	2012 %
Sposób organizacji podróży:			
1. całkowicie przez biuro podróży	8	14	6
2. częściowo przez biuro podróży	18	18	23
3. samodzielnie	74	68	71
Długość pobytu (liczba noclegów)			
1-3	57	56	46
4-7	34	38	45

8 i więcej	9	6	9
Przeciętne wydatki na osobę suma (USD) miejsce w skali kraju	381 III	512 II	463 III
Przeciętne wydatki na jeden dzień pobytu na osobę (USD) A. województwo wielkopolskie B. Polska *średnia ważona, gdzie wagami są udziały liczby przyjazdów turystycznych z poszczególnych krajów w ogólnej liczbie przyjazdów turystycznych	82 75*	90 79*	79 85
Udział w wydatkach ogółem (%) wydatki na noclegi A. województwo wielkopolskie B. Polska wydatki na wyżywienie A. województwo wielkopolskie B. Polska	26 17 14 15	21 14 11 16	23 16 12 16

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Byszewska-Dawidek M., Radkowska B. *Turystyka polska w 2012. Układ regionalny*

Turyści zagraniczni przyjeżdżający do miejscowości województwa wielkopolskiego w zdecydowanej większości organizowali swoją podróż samodzielnie (ok. 70%, por. tab. 10). Mniej niż jedna trzecia turystów zagranicznych korzystała przy organizacji wyjazdu z kompleksowego lub częściowego wsparcia biura podróży.

2.2.2 Turyści odwiedzający główne atrakcje turystyczne w Wielkopolsce

Licznie odwiedzanymi atrakcjami przyrodniczymi Wielkopolski są Wielkopolski Park Narodowy z liczbą ponad 1,2 mln zwiedzających rocznie (tab. 11). Atrakcyjnym i najliczniej odwiedzanym miejscem dla turystyki pielgrzymkowej jest Sanktuarium Matki Bożej Licheńskiej w Licheniu Starym. W ostatnich latach zauważalna jest jednak zmniejszająca się liczba pielgrzymów w tym miejscu. W 2011 sanktuarium odwiedziło 1,2 mln osób, w 2012 o 300 tys. mniej, co związane jest ze spadkiem liczby przyjazdów dużych grup zorganizowanych na rzecz rosnącej liczby pielgrzymów przybywających indywidualnie lub w małych prywatnych grupach⁴⁶. Kolejnym miejscem przyciągającym pielgrzymów jest, zyskujące na popularności, Sanktuarium św. Józefa w Kaliszu (250 tys. odwiedzających w 2013 r.). Inną tendencję zaobserwowano w przypadku Katedry Gnieźnieńskiej, którą w 2013 roku odwiedziło ponad 40% mniej turystów niż w 2007 r. Spadki te, według pracowników gnieźnieńskiego Centrum Informacji Turystycznej, dotyczą przede wszystkim turystów indywidualnych⁴⁷. Jednocześnie liczba pielgrzymów przybywających na Pola Lednickie k. Gniezna jest od kilku lat stabilna. Na

⁴⁶ Podsumowanie roku 2011,

http://www.lichen.pl/pl/361/n_383/podsumowanie_roku_2011_w_sanktuarium, (dostęp 2014.09.30)

⁴⁷ Coraz mniej turystów w Gnieźnie, <http://www.radiomercury.pl/informacje/pozostale/coraz-mniej-turystow-w-gnieznie.html>, (dostęp 2014.09.30)

ogólnopolskie Spotkanie Młodych do Bramy III Tysiąclecia przybywa ok. 60 tysięcy pielgrzymów⁴⁸. W ciągu roku Pola Lednickie odwiedza łącznie 80-90 tys. osób.

Tab. 11 Wybrane atrakcje turystyczne w województwie wielkopolskim według liczby odwiedzających

Wybrane atrakcje województwa wielkopolskiego	Liczba odwiedzających w roku 2007	Liczba odwiedzających w roku 2013
Wielkopolski Park Narodowy	ok. 1 200 000*	1 209 826**
Sanktuarium Matki Bożej Licheńskiej w Licheniu Starym	ok. 1 500 000	900 000
Ogród Zoologiczny w Poznaniu (Nowe i Stare Zoo)	308 103**	356 321**
Sanktuarium św. Józefa w Kaliszu	100 000	250 000
Pola Lednickie	80 000	90 000
Piknik Szybowcowy w Lesznie	3 000	80 000
Arboretum Kórnickie	70 000	73 303
Wzgórze Lecha wraz z Katedrą w Gnieźnie	127 036	70 986
Zamek w Kórniku	90 057	62 680
Ostrów Lednicki (Muzeum Pierwszych Piastów na Lednicy)	71 581	59 540
Wielkopolski Park Etnograficzny	48 895	39 109
Mickiewiczowskie Centrum Turystyczne w Żerkowie	b.d.	31 512
Podziemna Trasa Turystyczna w Kopalni Soli „Kłodawa”	b.d.	30 000
Parada parowozów w Wolsztynie	b.d.	25 000
Kaliski Gród Piastów	w budowie	15 000
Muzeum byłego obozu zagłady w Chełmnie	9 500	13 000
Parowozownia Wolsztyn	b.d.	12 000

Źródło: na podstawie danych uzyskanych z części starostw powiatowych województwa wielkopolskiego, badania własne przy użyciu kwestionariusza ankietowego realizowane w sierpniu 2014 r.

*dane szacunkowe z uwagi na brak dokładnego systemu pomiaru

** dane pochodzące bezpośrednio od upoważnionych pracowników obiektów

W zakresie imprez w województwie wielkopolskim rosnącym powodzeniem cieszy się Piknik Szybowcowy „Leszno. Rozwiń skrzydła”. Z małej lokalnej imprezy od 2007 roku urósł on do rangi jednego z największych air show w Polsce, przyciągając uwagę ok. 80 000 widzów. Ciekawą propozycją dla miłośników starych parowozów jest wolsztyńska Parada Parowozów, którą w 2013 roku obejrzało 25 000 osób.

⁴⁸ Cylka T., 2014, *Osiemnasta Lednica na ponad 60 tys. młodych*, http://wyborcza.pl/1,75478,16119711,Osiemnasta_Lednica_na_ponad_60_tys_mlodych.html, (dostęp 2014.09.30)

Według danych GUS w 2012 roku w Wielkopolsce działały 83 muzea wraz z oddziałami muzealnymi, to jest o 4 więcej niż w 2005 roku (por. tab 12). Znacząco, bo ponad dwukrotnie, wzrosła w tym czasie liczba odwiedzających, z 1091,6 tys. osób w 2005 do 2187,3 tys. osób w 2012 r. Interesującym zjawiskiem jest istotny spadek udziału młodzieży szkolnej w ogólnej liczbie zwiedzających, także w wartościach bezwzględnych, z 464, 6 tys. osób w 2005 do 301,8 tys. osób w 2012. W 2005 roku grupa ta stanowiła prawie 43% zwiedzających ogółem, a w 2012 zaledwie niespełna 14%.

Tab. 12 Muzea województwa wielkopolskiego według rodzajów i liczby odwiedzających

Wyszczególnienie	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Muzea i oddziały muzealne, w tym:	79	79	79	85	86	86	86	83
<i>archeologiczne</i>	3	3	3	5	4	3	3	b.d.
<i>artystyczne</i>	8	8	8	6	8	7	8	b.d.
<i>biograficzne</i>	4	4	4	7	7	5	4	b.d.
<i>etnograficzne</i>	3	3	3	4	6	3	4	b.d.
<i>historyczne</i>	10	10	10	11	8	13	9	b.d.
<i>martyrologiczne</i>	3	3	3	3	3	3	3	b.d.
<i>przyrodnicze</i>	4	4	4	3	4	3	3	b.d.
<i>regionalne</i>	29	29	29	28	29	-	-	b.d.
<i>techniki</i>	6	6	6	6	7	4*	4*	b.d.
<i>interdyscyplinarne</i>	-	-	-	-	-	14	7	b.d.
<i>Inne</i>	9	9	9	12	10	31	41	b.d.
Zwiedzający muzea i wystawy ogółem w tys.	1091,6	1163,1	1235,5	1155,7	1108,6	1127,1	1521,2	2187,3
W tym młodzież szkolna	464,6	513,9	496,7	456,6	374,7	367,0	433,9	301,8

*muzea techniki i nauki

Źródło: roczniki statystyczne GUS

2.2.3 Ruch turystyczny rejestrowany w bazie noclegowej

Zgodnie z danymi GUS⁴⁹ w województwie wielkopolskim w 2013 roku z bazy zbiorowego zakwaterowania skorzystało 1,6 mln osób z kraju i zagranicy, co stanowi 6,8% wszystkich korzystających w Polsce. We wszystkich latach zdecydowanie przeważali turyści krajowi, a ich odsetek charakteryzował się tendencją rosnącą (z 82% w 2007 do 85% w 2013).

W 2013 roku liczba korzystających z bazy zbiorowego zakwaterowania zmalała o 1% w stosunku do roku poprzedniego. Podobnie w 2012 roku odnotowano spadek o 2% w porównaniu z 2011 r. Warto zauważyć, że w całym okresie 2007 – 2013 liczba nocujących wzrosła jednak o 15,4%, czyli o ponad 200 tys. turystów. Największe zmiany miały miejsce w 2010 r., w którym liczba korzystających z bazy zbiorowego zakwaterowania zwiększyła się aż o prawie 142 tys. osób.

⁴⁹ należy mieć przy tym na uwadze, że faktyczne wykorzystanie całej bazy noclegowej może odbiegać od statystyki GUS

Dokładniejsza analiza zmian pozwala ustalić, że w zasadzie w województwie wielkopolskim w 2013 liczba turystów krajowych spadła o ponad 21 tys. osób, natomiast zagranicznych wzrosła o ponad 7 tys. Jednakże z całym okresie 2007 – 2013, to liczba turystów z Polski systematycznie rosła (o niemalże 219 tys.), a zmniejszała się liczba turystów z zagranicy (o 6,5 tys.).

Tab. 13 Liczba osób korzystających z bazy zbiorowego zakwaterowania oraz liczba udzielonych noclegów w bazie zbiorowego zakwaterowania, województwo wielkopolskie, 2007-2013

wyszczególnienie	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
korzystający, w tym:	1382897	1503521	1457303	1598906	1649602	1616540	1595202
Polacy	1135325	1246152	1213834	1345661	1407259	1346871	1354045
turyści zagraniczni	247572	257369	243469	253245	242343	269669	241157
udzielone noclegi, w tym	2715128	3022100	2789527	3060711	3012320	2954451	2840949
Polakom	2265857	2493493	2302405	2581712	2527271	2438017	2367544
turystom zagranicznym	449271	528607	487122	478999	485049	516434	473405

Źródło: dane GUS

Średnia długość pobytu turystów w województwie wielkopolskim wynosiła 1,8 nocy w 2013 roku, przy czym nocujący z Polski zatrzymywali się średnio na 1,7 nocy, natomiast z zagranicy - 2,0. Od roku 2007 długość pobytu turystów krajowych systematycznie malała od początkowych 2 dób. W przypadku turystów zagranicznych długość pobytu zmieniała się co roku, ale ogólna tendencja była rosnąca.

Przeważającą grupą turystów zagranicznych w Wielkopolsce byli Niemcy (ponad 80 tys.), którzy w 2013 roku stanowili ponad 1/3 zagranicznych korzystających z bazy noclegowej zakwaterowania zbiorowego.

Jak zauważono w latach 2007-2013 spadła liczba turystów zagranicznych. Dotyczyło to także dominującej grupy z Niemiec, dla której odnotowano systematyczny spadek w całym okresie o 16%, czyli zdecydowanie większy niż w przypadku ogólnej liczby turystów zagranicznych. Przełożyło się to na spadek liczby osób z Niemiec nocujących w Wielkopolsce o ponad 15,5 tys. osób. Zmniejszenie korzystających z noclegów odnotowano także wśród turystów z Wielkiej Brytanii (-5%) oraz mniej licznie reprezentowanych krajów takich jak Estonia (-52%), Łotwa (-40%) i Dania (-38%). Częściowo spadki te rekompensowane były przez wzrost liczby turystów z pozostałych krajów. Należy zauważyć, że 2011 z tego kraju nocowało w Wielkopolsce 1,9 tys. osób w tym szczególnym roku 25 tys., a w kolejnym 2,4 tys. Jeśli porównać dane z lat 2011 i 2013, widoczny jest wzrost o nieco ponad 22%.

Tab. 14 Liczba korzystających z bazy zbiorowego zakwaterowania według krajów pochodzenia turystów, województwo wielkopolskie, 2007-2013

kraj	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
ogółem	247572	257369	243469	253245	242343	269669	241157
Niemcy	96 215	97 385	92 465	94 525	87 411	81 099	80 697

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

Wielka Brytania	16 813	17 538	16 239	16 555	16 854	20 317	15 971
Hiszpania	9 903	7 720	9 567	12 089	11 985	12 305	12 941
Rosja	4 592	5 784	4 375	5 629	6 659	10 050	12 080
Francja	11 335	11 798	14 770	13 653	11 282	10 559	11 855
Holandia	13 781	12 999	11 673	10 344	10 356	9 261	10 115
Włochy	8 629	9 502	9 887	11 152	9 864	11 764	8 815
Litwa	6 327	7 087	7 572	6 287	7 098	7 053	6 612
Czechy	6 283	7 484	6 848	6 165	6 435	6 268	6 118
Ukraina	5 723	5 044	3 948	4 273	4 558	5 371	6 001
Szwecja	6 063	7 411	5 836	5 900	5 954	6 039	5 878
Białoruś	3 035	2 820	3 268	3 574	3 427	4 343	5 256
Norwegia	2 137	2 561	2 850	3 501	3 621	4 370	5 191
Stany Zjednoczone	5 558	5 727	6 403	5 207	5 574	4 497	5 116
Dania	8 240	6 491	5 919	5 218	5 208	5 593	5 077
Belgia	4 134	4 704	4 477	5 165	4 335	3 677	3 927
Austria	3 099	3 052	3 042	3 425	3 253	3 565	2 866
Irlandia	1 988	2 094	1 980	1 937	1 935	25 049	2 366
Łotwa	3 812	2 057	1 461	1 727	2 093	2 194	2 300
Finlandia	2 049	2 524	2 015	2 467	2 342	2 108	2 001
Słowacja	2 187	2 390	2 274	2 724	2 607	2 271	1 986
Węgry	1 837	2 125	1 894	1 822	2 366	2 046	1 901
Szwajcaria	1 563	1 779	1 852	1 836	1 635	1 980	1 829
Japonia	2 168	1 917	1 390	1 937	1 430	1 150	1 823
Kanada	986	1 288	1 054	1 135	1 014	1 209	1 108
Estonia	2 154	2 271	2 458	1 047	2 303	1 479	1 034
Portugalia	547	840	1 229	1 006	1 213	1 384	943
Grecja	462	630	855	584	502	543	417
Słowenia	387	405	650	503	536	579	345
Luksemburg	161	305	215	241	150	176	171
Cypr	35	38	61	73	123	115	90
Malta	24	19	15	26	38	81	15

Źródło: dane GUS

W Wielkopolsce turyści nocujący w obiektach zakwaterowania zbiorowego wybierają przede wszystkim hotele. W roku 2013 roku z ich oferty skorzystało prawie 1 mln osób, co stanowi 62% ogółu.

Turyści zagraniczni, korzystając z bazy noclegowej, preferowali głównie hotele (87%). Na drugim miejscu uplasowały się pozostałe obiekty hotelowe (6%), dalej kempingi (1,9%) i hostele (1,2%).

Tab. 15 Liczba korzystających z bazy zbiorowego zakwaterowania według rodzaju obiektu, województwo wielkopolskie, 2013

rodzaj obiektu	korzystający z noclegów	korzystający z noclegów turyści zagraniczni
ogółem	1 595 202	241 157
hotele	995 155	209 272
motele	33 160	2 027

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

pensjonaty	25 384	2 422
inne obiekty hotelowe	167 735	14 211
domy wycieczkowe	5 324	190
schroniska młodzieżowe	8	-
szkolne schroniska młodzieżowe	35 467	1 067
ośrodki wczasowe	30 916	69
ośrodki kolonijne	659	-
ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe	85 340	1 837
hostele	24 575	2 848
domy pracy twórczej	7 946	660
zespoły domków turystycznych	28 189	1 022
kempingi	22 766	4 614
poła biwakowe	5 607	69
pozostałe obiekty niesklasyfikowane	110 828	383

Źródło: dane GUS

Największa liczba turystów nocowała w Wielkopolsce w okresie od maja do października, kiedy to z bazy noclegowej zakwaterowania zbiorowego (na przykładzie 2013 roku) korzystało niemalże 61,5% wszystkich osób. Miesiącem, w którym odnotowano najwięcej turystów był sierpień (niemal 179 tys osób). Najmniej turystów odnotowano w styczniu i grudniu.

W przypadku turystów zagranicznych korzystających z bazy noclegowej największą liczbę osób odnotowuje się w okresie od maja do września, kiedy to do Wielkopolski przybywa 57% wszystkich turystów zagranicznych z całego roku. Maksymalną liczbę korzystających odnotowano w 2013 roku w lipcu oraz sierpniu (w obu miesiącach ponad 29 tys. osób).

Tab. 16 Liczba korzystających z bazy zbiorowego zakwaterowania według miesięcy, województwo wielkopolskie, 2013

miesiąc	liczba korzystających z noclegów		wskaźniki struktury	
	ogółem	turyści zagraniczni	ogółem	turyści zagraniczni
styczeń	90707	13050	5,7	5,4
luty	91792	11623	5,8	4,8
marzec	99808	14254	6,3	5,9
kwiecień	119563	17393	7,5	7,2
maj	148927	24984	9,3	10,4
czerwiec	172053	28794	10,8	11,9
lipiec	176526	29167	11,1	12,1
sierpień	178826	29007	11,2	12,0
wrzesień	159214	25487	10,0	10,6
październik	144453	20387	9,1	8,5
listopad	116933	14638	7,3	6,1
grudzień	96400	12373	6,0	5,1

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych GUS

Powiaty województwa wielkopolskiego są dość zróżnicowane pod względem liczby korzystających z noclegów w obiektach zakwaterowania zbiorowego. W 2013 roku ponad 38,5% (615 tys. osób) wszystkich turystów skorzystało z noclegów w samym Poznaniu. Często wybierano również

powiaty: poznański i koniński (ok. 10% ogółu korzystających). Kolejnymi (gdzie liczba turystów przekroczyła 30 tys.) były powiat: gnieźnieński, ostrowski, leszczyński, pilski, międzychodzki i nowotomyski.

Najniższą liczbę nocujących turystów odnotowano w 2013 roku w powiatach kolskim, rawickim, kępińskim, złotowskim, tureckim, obornickim. W każdym z nich odsetek w stosunku do całego województwa był niższy niż 0,5%.

Największą intensywność ruchu turystycznego na podstawie liczby korzystających z bazy zakwaterowania zbiorowego (wskaźnik Schneidera⁵⁰) w 2013 odnotowano w Poznaniu (112,3) i powiecie konińskim (112,2), gdzie na 100 mieszkańców przypadało średnio w roku 112 turystów. Następnie w powiecie międzychodzkiem (94,7) oraz leszczyńskim (87,9).

Największą intensywność ruchu turystycznego na podstawie liczby osobonoclegów (wskaźnik Charvata⁵¹) zaważono z kolei w powiecie międzychodzkiem (~247), następnie w leszczyńskim (~197), Poznaniu (~186) i powiecie konińskim (~162).

Prognoza ruchu turystycznego w bazie noclegowej została przygotowana w oparciu prognozy Instytutu Turystyki (Instytut Turystyki 2012). Prognozowane przyrosty lub spadki liczby korzystających z noclegów z obiektach zbiorowego zakwaterowania zostały zaaplikowane do województwa wielkopolskiego⁵². Na tej podstawie można się spodziewać, że w roku 2015 i 2016 w województwie wielkopolskim liczba osób, korzystających z bazy noclegowej z kraju i zagranicy wyniesie 1,7 mln. W roku następnym natomiast – 1,8 mln.

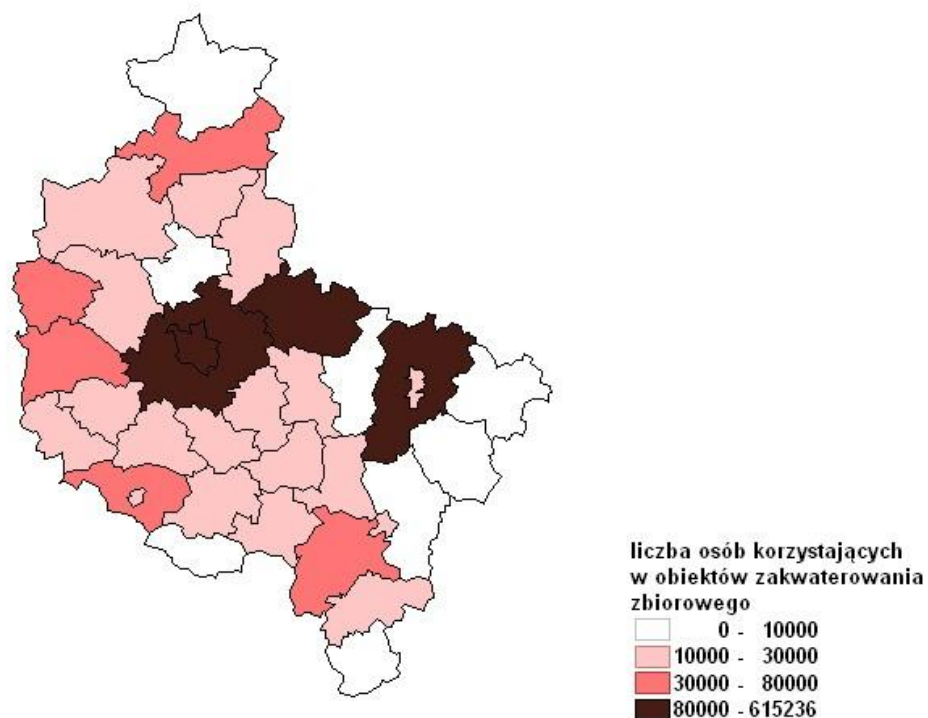
2.2.4 Obszary wyróżniające się wielkością ruchu turystycznego

Identyfikacja obszarów wyróżniających się wielkością ruchu turystycznego została przeprowadzona na podstawie liczby korzystających z bazy zakwaterowania zbiorowego oraz intensywności ruchu turystycznego mierzonego wskaźnikami wg Schneidera oraz wg Charvata. W identyfikacji uwzględniono jednostki podziału administracyjnego kraju, tj. gminy i powiaty.

⁵⁰ **Wskaźnik intensywności ruchu turystycznego wg Schneidera** (*WSch*) określa liczbę gości na stu mieszkańców badanego obszaru. Trzeba pamiętać, że gościem jest zarówno turysta, jak i odwiedzający jednodniowy, co jest problematyczne w kwestii uzyskania danych. Nie ma w statystyce publicznej badań określających odwiedzających jednodniowych. W związku z tym szereg badaczy przyjmuje uproszczenie i w liczniku uwzględniają tylko turystów, czyli tych gości, którzy przynajmniej jedną noc spędzają na badanym obszarze. Takie rozwiązanie przyjęto w diagnozie.

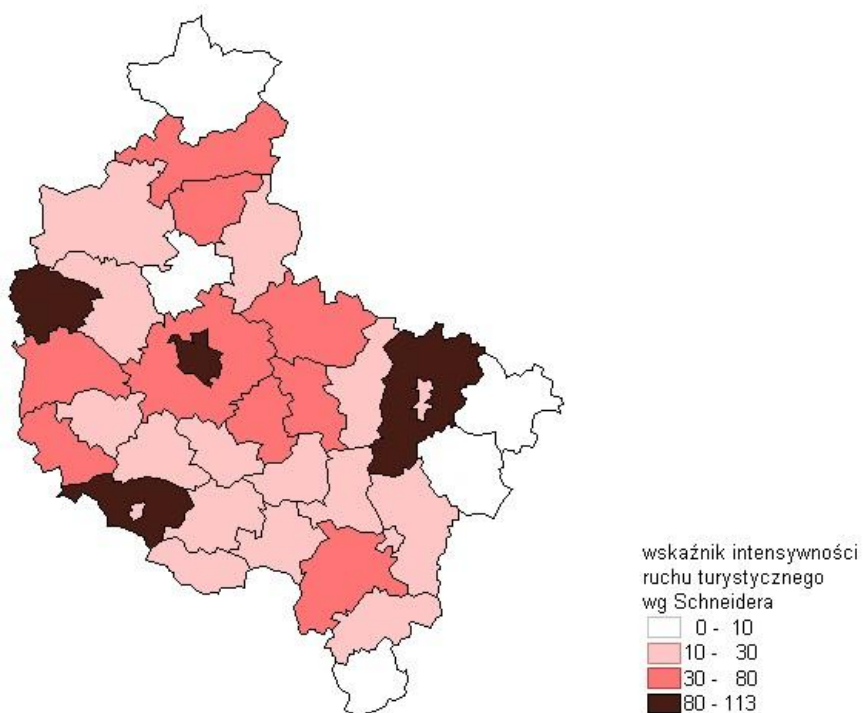
⁵¹ **Wskaźnik intensywności ruchu turystycznego wg Charvata**, mierzy liczbę osobonoclegów, czyli udzielonych noclegów na stu mieszkańców. Ten wskaźnik określa zatem nie tylko liczbę turystów, ale uwzględnia również długość ich pobytu. Nie bierze się tutaj pod uwagę odwiedzających jednodniowych, gdyż byłoby to bezzasadne. Nie ma więc problemu pozyskania danych oraz niejednoznaczności wielkości przyjmowanych w liczniku.

⁵² Zastosowano takie rozwiązanie, ponieważ statystyczne metody prognozowania w tym przypadku nie były wiarygodne.



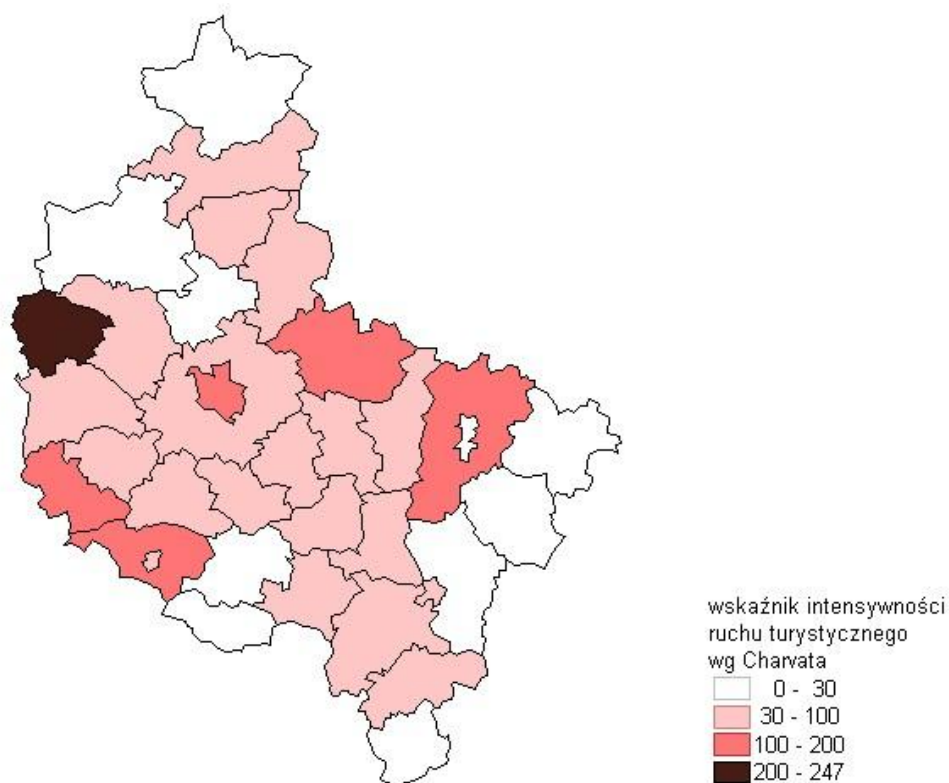
Ryc. 6 Liczba korzystających z obiektów zakwaterowania zbiorowego, województwo wielkopolskie, 2013

Źródło: opracowanie własne



Ryc. 7 Intensywność ruchu turystycznego na podstawie wskaźnika wg Schneidera, województwo wielkopolskie, 2013

Źródło: opracowanie własne



Ryc. 8 Intensywność ruchu turystycznego na podstawie wskaźnika wg Charvata, województwo wielkopolskie, 2013

Źródło: opracowanie własne

Na podstawie powyższych danych wskazać można następujące, wyróżniające się obszary pod względem wielkości ruchu turystycznego:

- **miasto Poznań**, z uwagi na największą liczbę osób korzystających z noclegów (615 tys.) oraz dużą intensywność ruchu turystycznego mierzoną wskaźnikiem wg Schneidera (112) i wg Charvata (186),
- **powiat koniński** – jedna z najwyższych liczb osób korzystających z noclegów oraz bardzo duża intensywność ruchu turystycznego mierzona wskaźnikiem wg Schneidera (112) i wg Charvata (162),
- **powiat międzychodzki** – jedna z najwyższych liczb osób korzystających z noclegów oraz największa intensywność ruchu turystycznego mierzona wskaźnikiem wg Charvata (247) i wysoka wg Schneidera (94,7),
- **powiat leszczyński** – wysoki wskaźnik intensywności ruchu turystycznego wg Schneidera (88), wysoki wskaźnik intensywności ruchu turystycznego wg Charvata (197),
- **powiat gnieźnieński** - jedna z najwyższych liczb osób korzystających z noclegów oraz duża intensywność ruchu turystycznego mierzona wskaźnikiem wg Charvata (116),
- **powiat wolsztyński** – duża intensywność ruchu turystycznego mierzona wskaźnikiem wg Charvata (129),

- **gmina Ślesin** – najwyższa intensywność ruchu turystycznego spośród wszystkich gmin w Wielkopolsce mierzona wg Schneidera (917) oraz wg Charvata (1295),
- **gmina Włoszakowice** – duża intensywność ruchu turystycznego mierzona wskaźnikiem wg Schneidera (260) oraz wg Charvata (608),
- **gmina Powidz** – duża intensywność ruchu turystycznego mierzona wskaźnikiem wg Schneidera (224) oraz wg Charvata (579),
- **gmina Witkowo** – duża intensywność ruchu turystycznego mierzona wskaźnikiem wg Schneidera (212) oraz wg Charvata (595),
- **gmina Sieraków** – duża intensywność ruchu turystycznego mierzona wskaźnikiem wg Schneidera (197) oraz wg Charvata (529).

Warto zauważyć, że wskazane obszary, wyróżniające się w województwie wielkopolskim pod względem ruchu turystycznego, plasują się powyżej średniej krajowej, aczkolwiek nie są to gminy i powiaty o największej intensywności ruchu turystycznego w kraju. Przykładowo, w przypadku pomiaru tego zjawiska z zastosowaniem wskaźnika Charvata we wszystkich powiatach w Polsce, średnia oscyluje wokół wartości 150, a w powiatach o najwyższej intensywności ruchu turystycznego – 4000. W całym kraju dla około 75% powiatów wskaźnik nie osiągał wartości wyższej niż 100. W województwie wielkopolskim tych powiatów było aż 83%, co prowadzi do wniosku, że w Wielkopolsce, wymienione wyżej obszary zdecydowanie wyróżniają na tle województwa.

2.3 Infrastruktura i usługi turystyczne

2.3.1 Baza noclegowa zbiorowego i indywidualnego zakwaterowania i jej wykorzystanie

Województwo wielkopolskie dysponuje bogatą i różnorodną bazą noclegową zbiorowego zakwaterowania. Według GUS w 2013 r., w województwie wielkopolskim funkcjonowało 710 turystycznych obiektów noclegowych, w tym 534 całoroczne. Bazę turystyczną tworzyło 337 obiektów hotelarskich i 373 pozostałe obiekty noclegowe, wśród których m.in. 72 obiekty to kwatery agroturystyczne⁵³ i 71 ośrodki szkoleniowe. W porównaniu z rokiem 2010 liczba obiektów zbiorowego zakwaterowania ogółem zwiększyła się o 35, przy czym najwięcej wzrosła liczba kwater agroturystycznych. Łączna liczba miejsc noclegowych w obiektach zbiorowego zakwaterowania wyniosła 41765, z czego zdecydowana większość (71,4%) miała charakter całoroczny. Najwięcej miejsc ubyto w ośrodkach wczasowych i szkoleniowo-wypoczynkowych (o ponad 1 tys. mniej w obu przypadkach), największy spadek dotyczył schronisk młodzieżowych, gdzie liczba miejsc zmniejszyła

⁵³ oficjalna statystyka GUS w odniesieniu do gospodarstw agroturystycznych odbiega jednak znacznie od danych, którymi dysponuje chociażby Wielkopolski Ośrodek Doradztwa Rolniczego

się ze 140 w 2010 roku do 52 w 2013 roku. Najwięcej miejsc noclegowych przybyło w kwaterach agroturystycznych 614 oraz hotelach 553.

Ponad połowę wszystkich miejsc w województwie wielkopolskim oferowały obiekty hotelowe, tj. hotele, motele, pensjonaty i inne obiekty hotelowe. Najliczniejsza grupa w tej kategorii to hotele. W 2013 roku działalność prowadziły 222 hotele, które dysponowały 16405 miejscami noclegowymi. Drugą grupę pod względem liczebności stanowiły inne obiekty hotelowe tj. m.in. hotele, motele i pensjonaty, którym nie nadano kategorii.

Kategoria pozostałe obiekty zbiorowego zakwaterowania w 2013 roku w województwie wielkopolskim obejmowała 14 rodzajów turystycznych obiektów noclegowych. Największą liczbę miejsc oferowały ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe (4035) oraz ośrodki wczasowe (3749), mimo że właśnie w tych obiektach zanotowano największy ubytek miejsc.

W 2013 roku turystyczne obiekty noclegowe dysponowały przeciętnie 59 miejscami, gdy w 2010 roku na 1 obiekt przypadało średnio 65 miejsc. Dla obiektów hotelowych wskaźnik wynosił 63 miejsca na obiekt i wahał się od 30 w pensjonatach do 74 w hotelach.

Noclegi udzielone w turystycznych obiektach noclegowych i stopień wykorzystania miejsc noclegowych

W 2013 roku w województwie wielkopolskim udzielono 2840,9 tys. noclegów. Ponad dwie trzecie z nich przypadło na obiekty hotelowe (67,2%), z tego 55,7% na hotele i 8,5% inne obiekty hotelowe. W grupie inne obiekty hotelowe najczęściej noclegów udzieliły ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe (8,9%), pozostałe niesklasyfikowane (6,3%), ośrodki wczasowe (4,7%), zespoły domków turystycznych (3,1%) i szkolne schroniska młodzieżowe (3,1%).

Stopień wykorzystania miejsc noclegowych mierzony jest relacją liczby udzielonych noclegów do nominalnej liczby miejsc będących sumą miejsc noclegowych przygotowanych dla turystów w każdym dniu działalności obiektu. W 2013 roku relacja ta wyniosła dla całego województwa średnio 23,9%. W 2013 roku powyżej średniej wojewódzkiej wskaźnik ten kształtował się ponadto dla: zespołu domków turystycznych (27,4%), ośrodków wczasowych (27,3%) i hoteli (26,5%). W stosunkowo wysokim stopniu wykorzystane były także ośrodki kolonijne (36,6%) oraz kempingi (25,6%), jednak ze względu na wyraźny sezonowy charakter tych obiektów, ich wykorzystanie ograniczała się do dwóch letnich miesięcy: lipiec i sierpień.

2.3.1.1 Obiekty noclegowe i ich wykorzystanie w przekroju powiatów

Do jednostek, w których udzielono najczęściej noclegów zaliczyć można powiaty: poznański (funkcjonowało tu 79 obiektów noclegowych posiadających 3973 miejsca), koniński (53 obiekty, 3945 miejsc), leszczyński (49 obiektów, 3051 miejsc), gnieźnieński (52 obiekty, 2926 miejsc). W tych powiatach roczna liczba udzielonych noclegów wyniosła ponad 100 tys. Kolejna grupa powiatów to

te, w których liczba udzielonych noclegów w turystycznych obiektach noclegowych uplasowała się w przedziale od 50 do 100 tys. Były to następujące powiaty: międzychodzki (25 obiektów, 2127 miejsc), wolsztyński (26 obiektów, 1884 miejsca), nowotomyski (26 obiektów, 1054 miejsca), pilski (22 obiekty, 1013 miejsc), jarociński (15 obiektów, 878 miejsc), ostrowski (18 obiektów, 764 miejsca). W najłabszych powiatach kępińskim i rawickim, dysponujących mniejszą od 200 liczbą miejsc noclegowych, w 2013 roku udzielono odpowiednio 6,2 tys. i 10 tys. noclegów.

2.3.1.2 Stopień wykorzystania miejsc noclegowych wg powiatów

W 2013 roku średnie wykorzystanie miejsc noclegowych w województwie wynosiło 23,9%. Poziom ten przekroczyło wg danych GUS 8 z 35 powiatów. Poza Poznaniem, wykorzystanie miejsc noclegowych na poziomie wyższym niż średnia województwa obserwowano w trzech pozostałych miastach mających status powiatu tj. w Koninie 27,2%, Lesznie 25,5%, Kaliszu 24,6% (tam również dominowały obiekty hotelowe), a także w powiecie gnieźnieńskim 27,5% (tutaj dwie trzecie miejsc oferowały pozostałe obiekty noclegowe, głównie ośrodki wczasowe, kempingi i zespoły domków turystycznych). Najłabsze wykorzystanie miejsc noclegowych, poniżej średniej wojewódzkiej, zaobserwowano w powiatach grodziskim 14,5%, czarnkowsko-trzcianeckim 13,45% oraz słupeckim 11%.

2.3.1.3 Hotele

Województwo wielkopolskie ma dużą bazę hotelową. Pod względem liczby hoteli zajmuje drugie miejsce w Polsce, a pod względem liczby pokoi i miejsc noclegowych w hotelach – szóste. Średnio jeden hotel dysponuje 74 miejscami noclegowymi.

Na terenie województwa w 2013 roku funkcjonowało 5 hoteli pięciogwiazdkowych. Największą liczbę pokoi i miejsc noclegowych posiadały hotele 3 gwiazdkowe, a po nich 2 gwiazdkowe. W porównaniu z całą Polską stopień wykorzystania pokoi w hotelach województwa wielkopolskiego był niższy o 8 pkt. proc., a wykorzystanie miejsc noclegowych w hotelach – niższe o 9,6 pkt. proc.

Tab. 17 Hotele w województwie wielkopolskim według kategorii 2013 roku

Kategoria	Liczba obiektów	Liczba pokoi	Liczba miejsc noclegowych	Stopień wykorzystania pokoi	Stopień wykorzystania miejsc noclegowych
ogółem	222	8467	16405	36,3	26,5
5-gwiazdkowe	2	202	304	#	#
4-gwiazdkowe	21	1523	2855	43,1	31,5
3-gwiazdkowe	101	4110	8031	36,9	26,6
2-gwiazdkowe	73	2182	4279	30,6	22,5
1-gwiazdkowe	21	378	782	30,7	24,8
Bez kategorii	4	72	154	15,8	15,6

Źródło: GUS 2014

2.3.1.4 Baza żywniowa i gastronomia hotelarska

Według GUS (dane tylko za województwo, brak podziału na poszczególne powiaty) w 2013 roku w województwie wielkopolskim w turystycznych obiektach noclegowych wykazano 622 placówki gastronomiczne, z tego 316 restauracji, 172 bary i kawiarnie, 77 stołówek i 57 punktów tzw. małej gastronomii (smażalnie, pijalnie, lodziarnie).

2.3.2 Baza gastronomiczna

Według najnowszych danych pochodzących z rejestru REGON województwo wielkopolskie z liczbą 7 087 jednostek plasuje się na 4 miejscu w kraju pod względem liczby wszystkich podmiotów gospodarczych prowadzących działalność usługową związaną z wyżywieniem (PKD 56). Stanowi to 8,4% podmiotów tej branży w kraju.

Dane dostępne w przekroju powiatowym uwzględniają liczbę podmiotów w sekcji I PKD, czyli zbiorczo działalności związanej z zakwaterowaniem i gastronomią. Ponad 40% podmiotów prowadzących działalność gospodarczą związaną z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi zarejestrowana jest w Poznaniu i powiecie poznańskim (odpowiednio 28,5 % i 12,9%). Na tle całego województwa wyróżniają się ponadto powiaty gnieźnieński (4,4%), ostrowski (3,7%) i pilski (3,7%), w dalszej kolejności miasto Kalisz (2,8%) oraz powiat koniński (2,6%).

Według danych GUS za 2012 rok liczba placówek gastronomicznych zatrudniających powyżej 9 osób w województwie wielkopolskim wynosiła 1003 jednostki, w tym 403 restauracje (por. tab. 18). Dane te ukazują zarówno stałe, jak i sezonowe punkty gastronomiczne. Analiza liczby placówek w okresie 2005 – 2012 pozwala na stwierdzenie, że cechowała się ona dużą zmiennością w kolejnych latach i w stosunku do roku 2005 w roku 2012 wzrosła o 21%. Zważywszy na fakt, że rok 2012 był, z uwagi na Euro 2012, wyjątkowy i generował dodatkowe zapotrzebowanie na usługi gastronomiczne, w szczególności te o charakterze sezonowym, można wnioskować, że ogólna liczba placówek gastronomicznych województwa w omawianym okresie oscylowała w granicach 900 jednostek.

Na uwagę zasługuje fakt, że odsetek restauracji w ogólnej liczbie placówek gastronomicznych województwa wielkopolskiego zarówno na początku, jak i na końcu omawianego okresu wynosił w przybliżeniu 40%, co w porównaniu ze średnią dla kraju jest wynikiem znaczącym (niespełna 11% w 2005 r. i niespełna 24% w 2012).

Tab. 18 Liczba placówek gastronomicznych w województwie wielkopolskim w latach 2005-2012 na tle kraju

Wyszczególnienie	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Liczba placówek gastronomicznych w woj. wielkopolskim	829	956	926	932	897	968	893	1003

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

ogółem*								
w tym restauracje	326	383	406	406	371	432	398	403
Polska ogółem	92072	90330	88995	81131	78624	70483	67356	68787
W tym restauracje	9716	10265	10927	13731	14120	14937	15287	16478

Źródło: Główny Urząd Statystyczny

* zaliczono tu zakłady i punkty gastronomiczne stałe i sezonowe (bez ruchomych punktów sprzedaży detalicznej i automatów sprzedażowych), w których liczba pracujących przekracza 9 osób

W okresie od 2005-2012 liczba placówek gastronomicznych w bazie noclegowej była zmienna. Zauważalny spadek nastąpił w latach 2006-2008, w 2009 roku liczba placówek znowu wzrosła osiągając poziom z 2005 roku

Tab. 19 Placówki gastronomiczne w bazie noclegowej województwa wielkopolskiego w latach 2005-2012

Wyszczególnienie	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Wielkopolskie ogółem	620	574	575	570	623	666	640	630
Restauracje	219	220	236	247	271	302	313	306
Bary i kawiarnie	164	162	161	145	159	180	160	171
Stołówki	98	97	88	79	89	92	90	84
Punkty gastronomiczne	139	95	90	99	104	92	77	69
Polska ogółem	6873	b.d.	b.d.	b.d.	7545	7415	7406	7565

Źródło: Roczniki statystyczne województwa wielkopolskiego za lata 2006-2013, WUS w Poznaniu

Usytuowanie poszczególnych rodzajów bazy żywieniowej w obiektach hotelarskich przedstawia tab. 20.

Tab. 20 Placówki gastronomiczne w bazie noclegowej województwa wielkopolskiego według rodzajów w 2012 r.

Rodzaj obiektów	Rodzaj bazy żywieniowej			
	Restauracje	Bary	Stołówki	Punkty gastronomiczne
Ogółem w 2012	306	171	84	69
Obiekty hotelowe	276	137	18	31
- hotele	198	103	11	11
- motele	18	6	-	8
- pensjonaty	17	9	2	4
- inne obiekty hotelowe	43	19	5	8
Pozostałe obiekty	30	34	66	38
- Domy wycieczkowe	-	1	-	1
- Schroniska młodzieżowe	-	1	4	1
- Kempingi	1	-	-	1
- Pola biwakowe	2	1	3	7
- Ośrodki wczasowe	2	5	12	11
- Ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe	11	16	24	8
- Domy pracy twórczej	3	3	2	-
- Zespoły domków turystycznych	3	3	4	5
- Hotele	-	-	1	1

- Pokoje gościnne	2	1	1	2
- Kwatery agroturystyczne	-	-	1	-
- Inne obiekty	6	3	14	1

Źródło: Rocznik statystyczny województwa wielkopolskiego 2013, WUS w Poznaniu

2.3.3 Dostępność komunikacyjna i transport turystyczny: drogowy, kolejowy, lotniczy, wodny

Za kluczowe dla niniejszego opracowania uznać należy pojęcie dostępności przestrzennej, które zdefiniować można jako łatwość osiągnięcia miejsca lub funkcji z innego miejsca/miejsc wyrażoną dystansem do pokonania, kosztem transportu bądź czasem podróży. Vickerman (1974) widzi w dostępności kombinację lokalizacji w przestrzeni względem innych obiektów z cechami układu transportowego. Dostępność komunikacyjna (transportowa) jest jednocześnie pojęciem szerszym niż sama dostępność przestrzenna – oprócz dostępności komunikacyjnej określonego punktu czy miasta (właśnie wtedy jest zbieżna z dostępnością przestrzenną) obejmuje swoim znaczeniem bowiem dostępność komunikacyjną obszaru, rozumianą także jako jego drożność, a także dostępność samej sieci komunikacyjnej.

Ze względu na fakt, że tematyka szlaków turystycznych została zawarta w odrębnej części opracowania w niniejszym rozdziale ograniczono się wyłącznie do przedstawienia charakterystyki sieci transportowej województwa.

2.3.3.1 Sieć drogową

Województwo wielkopolskie składa się z 31 powiatów ziemskich oraz 4 powiatów grodzkich (łącznie 226 gmin), które okalają stolicę Wielkopolski - Poznań. Na wymienionym obszarze krzyżują się ważne szlaki komunikacyjne przebiegające z zachodu na wschód i z północy na południe Polski, w tym należące do europejskiej sieci transportu lądowego, paneuropejskie korytarze transportowe.

Szczególne znaczenie w zakresie rozwoju turystyki przypisać należy drogom publicznym - tj. drogom zaliczanym do kategorii dróg: (1) krajowych, (2) wojewódzkich, (3) powiatowych lub (4) gminnych. Według danych Głównego Urzędu Statystycznego⁵⁴ w roku 2012 całkowita długość tego rodzaju dróg na terenie województwa wielkopolskiego wynosiła 40 264,1 km.

Wykaz dróg krajowych województwa wielkopolskiego, administrowanych przez Generalną Dyрекcję Dróg Krajowych i Autostrad, został zawarty w tab. 21. Należy podkreślić, że drogi krajowe przebiegają przez niemalże wszystkie powiaty regionu. Wyjątki w tym zakresie stanowią powiat wągrowiecki oraz śremski.

⁵⁴ Źródło: Bank Danych Lokalnych GUS

http://stat.gov.pl/bdl/app/dane_podgrup.display?p_id=877569&p_token=0.0341345159284433; (dostęp 2014.10.15)

Tab. 21 Wykaz dróg krajowych województwa wielkopolskiego w 2013 r.

Nr drogi	Trasa przebiegu	Długość odcinka w km
A2	Konin - Dąbie - Strykowo	45,585
S5	obwodnica Śmigła	7,782
S5d	obwodnica wschodnia Poznania	34,973
5	Świecie - Gniezno - Poznań - Stęszew - Kościan - Leszno - Wrocław	116,328
S8	Granica Państwa - Wrocław - Oleśnica - Syców - Kępno - Walichnowy - Wieluń	23,782
10	Szczecin – Piła – Płońsk	46,815
S10c	obwodnica Wyrzyska	7,795
11	Podgaje - Piła - Ujście - Chodzież - Oborniki - Poznań - Kórnik - Jarocin - Pleszew - Ostrów Wlkp. - Ostrzeszów - Kępno - Kluczbork	315,279
S11a	Poznań - Kórnik	14,810
S11b	obwodnica Ostrowa Wlkp.	5,938
S11c	obwodnica zachodnia Poznania	19,199
12	Wschowa - Leszno - Gostyń - Jarocin - Pleszew - Kalisz - Błaszki	119,321
15	Milicz - Krotoszyn - Jarocin - Miąskowo - Miłosław - Września - Gniezno - Trzemeszno - Ostróda	110,701
22	Gorzów Wlkp. - Elbląg	26,896
24	Pniewy - Gorzyń - Skwierzyna	30,271
25	Strzelno - Ślesin - Konin - Kalisz - Ostrów Wlkp. - Antonin - Oleśnica	103,584
32	Stęszew - Grodzisk Wlkp. - Sulechów	65,663
36	Załącze - Rawicz - Krotoszyn - Ostrów Wlkp.	77,754
39	Łagiewniki - Strzelin - Biedzychów - Owczary - Brzeg - Namysłów - Kępno	21,826
72	Konin - Tuliszków - Turek - Uniejów - Łódź - Rawa Mazowiecka	45,948
83	Turek - Dobra - Sieradz	25,668
92	Nowy Tomyśl - Pniewy - Poznań - Września - Słupca - Golina - Konin	215,046

Źródło: <http://www.gddkia.gov.pl/pl/2155/Siec-drog-krajowych> (dostęp 2014.10.15)

Szczególnie istotny dla szybkiego przemieszczania się zasobów ludzkich rodzaj dróg krajowych stanowią autostrady i drogi ekspresowe. W roku 2012 długość tego rodzaju dróg przebiegających przez teren województwa wielkopolskiego wynosiła odpowiednio 210,4 i 90,6 km. W województwie wielkopolskim odcinek autostrady A2 przebiega przez 10 powiatów. Na autostradzie zlokalizowanych jest 12 węzłów autostradowych, w znacznym stopniu determinujących dostępność komunikacyjną wybranych jednostek osadniczych (destynacji turystycznych). Zjazdy z głównej trasy ruchu znajdują się w siedmiu powiatach (w Poznaniu – 3, w powiecie kolskim – 2, konińskim – 2, nowotomyskim – 1, poznańskim – 1, słupeckim – 2, wrzesińskim – 1). Analogiczną rolę pełnią również węzły Poznań Zachód i Poznań Wschód stanowiące połączenia z drogami S5 i S11.

W zakresie uwarunkowań stanu aktualnego oraz perspektyw obsługi krajowego i międzynarodowego ruchu turystycznego w przyszłości, zaznaczyć należy, że drogi krajowe przebiegające przez województwo wielkopolskie stanowią odcinki trzech istotnych europejskich korytarzy komunikacyjnych:

(1) E30 to jedna z najważniejszych dróg przebiegająca przez kontynent z Cork w Irlandii do Omska w Rosji, łącząca m.in. Berlin z Moskwą. Na obszarze województwa wielkopolskiego posiada klasę autostrady (A2) i stanowi odcinek Transeuropejskiej Sieci Transportowej TEN-T⁵⁵,

(2) DK5-E261 (droga Gdańsk – Poznań – Wrocław), będąca trasą łącznikową sieci europejskiej,

(3) DK8-E67 (Helsinki – Tallinn – Ryga – Kowno – Warszawa - Piotrków Trybunalski – Kępno – Wrocław – Kłodzko - Kudowa Zdrój - Náchod - Hradec Královè – Praga).

W granicach województwa równoległe do autostrady przebiega droga krajowa nr 92 o klasie drogi głównej ruchu przyspieszonego (GP), która do chwili wybudowania autostrady stanowiła fragment trasy E30. Trasa E261, oznaczona jako droga krajowa nr 5, posiada w większości klasę drogi GP, a od 2012 r. częściowo przebiega nowym śladem, m.in. tzw. Wschodnią Obwodnicą Poznania oraz Autostradą.

Sieć dróg krajowych województwa wielkopolskiego podlega ciągłej modernizacji. Wśród aktualnie realizowanych inwestycji, które w przyszłości mogą znacząco wpłynąć na płynność ruchu kołowego na obszarze opisywanej jednostki administracyjnej wymienić należy:

(1) Budowę drogi ekspresowej S5 Poznań - Wrocław na odcinku. Kaczkowo – Korzeńsko (29,3 km; obejmuje tereny powiatu leszczyńskiego – gmina Rydzyna, powiatu rawickiego – gminy Bojanowo i Rawicz)

(2) Budowę Zachodniej Obwodnicy Poznania - etap II b: Zakres prac obejmuje m.in. budowę: dwóch jezdni po dwa pasy ruchu w każdą stronę wraz z pasami awaryjnymi na łącznej długości ok. 5,3 km (od węzła Rokietnica do węzła Tarnowo Podgórne), węzła Poznań Kiekrz na przecięciu drogi wojewódzkiej nr 184 w miejscowości Kobylniki z drogą ekspresową nr S11⁵⁶.

Sieć połączeń krajowych uzupełnia system dróg wojewódzkich (tab. 22), w wielu przypadkach znajdujących swoją kontynuację na obszarze ościennych jednostek terytorialnych. Warunkują one m.in. dostępność komunikacyjną Sierakowa, Międzychodu czy Wągrowca.

Tab. 22 Wykaz dróg wojewódzkich województwa wielkopolskiego w 2013 r.

Lp	Nr drogi	Nazwa drogi
1	116	Bobulczyn-Binino-Orliczko-Nojewo
2	117	Obrzycko-Pęckowo-Ostroróg
3	118	Droga 309-Zielonowo-Nowe Dwory
4	123	Huta Szklana /Droga 174/-Kuźnica Żelichowska-Przesieki-Droga 22

⁵⁵ Por.: <http://drogipubliczne.eu/ten-t> (odczyt 2014.10.15)

⁵⁶ Por. <http://www.investinwielkopolska.pl/pl/artykuly/p-74-infrastruktura.html> (odczyt 2014.10.15)

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

5	133	Chełst-Borzysko Młyn-Sieraków-Ryżyn-Chrzypsko Wielkie /Droga 186/
6	135	Wieleń-Miały-Piłka-Borzysko Młyn
7	140	/Droga 182/ Wronki-Jasionna-Krucz-Ciszkowo /Droga 181/
8	143	Wartosław-Pierwoszewo-Droga 182
9	145	Chojno-Biezdrowo-Droga 182
10	149	Droga 150 /Rzecin-Smolary/ Droga 140/
11	150	Wronki-Chojno-Bukowce-Sieraków
12	153	Siedlisko /Droga 180/-Runowo-Gajewo-Ciszkowo-Goraj-Lubasz
13	160	Suchań-Piasecznik-Choszczno-Drezdenko-Międzychód-Gorzyń-Lewice-Miedzichowo
14	174	Nowe Drezdenko-Kosin-Stare Bielice-Nowe Bielice-Krzyż-Lubcz Mały-Wieleń Północny-Nowe Dwory-Gajewo-Kuźnica Czarnkowska-Droga 178
15	177	Czaplinek-Mirostawiec-Człopa-Wieleń
16	178	Wałcz-Trzcianka-Czarnków-Oborniki
17	179	Rusinowo-Piła
18	180	Kocień Wielki-Trzcianka-Piła
19	181	Drezdenko-Wieleń-Czarnków
20	182	Międzychód-Wronki-Piotrowo-Czarnków-Ujście
21	183	Sarbia-Chodzież
22	184	Wronki-Ostroróg-Szamotuły-Przeźmierowo
23	185	Piotrowo-Szamotuły
24	186	Kwilcz-Wróblewo-Dobrojewo
25	187	Pniewy-Szamotuły-Oborniki-Murowana Goślina
26	188	Człuchów-Debrzno-Złotów-Piła
27	189	Jastrowie-Złotów-Więcbork
28	190	Krajenka-Szamocin-Margonin-Wągrowiec-Gniezno
29	191	Chodzież-Szamocin-Lipa
30	193	Chodzież-Margonin-Gołańcz
31	194	Wyrzysk-Gołańcz-Morakowo
32	195	/Droga 198/ Zatom Nowy- Rzeką Warta (prom)-Zatom Stary /Droga 182/
33	196	Poznań-Murowana Goślina-Wągrowiec
34	197	Sławica-Rejowiec-Kiszkowo-Gniezno
35	198	Radgoszcz/Droga 160/-Kaplin-Mokrzec-Zatom Nowy-Kobylarnia-Sieraków-Piaski
36	199	Skwierzyna-Świniary-Wiejce-Międzychód
37	241	/Tuchola-Sępólno Krajeńskie-Więcbork-Nakło nad Notecią/-Wągrowiec-Rogoźno
38	242	Więcbork-Łobżenica-Falmierowo
39	251	Kaliska-Damasławek-/Żnin-Barcin-Pakość-Inowrocław/
40	260	Gniezno-Witkowo-Wólka
41	262	Kwieciszewo-Gębice-Orchowo-Szysztowo
42	263	Słupca-Ślesin-Sompolno-Kłodawa-Dąbie
43	264	Kleczew-Konin
44	266	/Ciechocinek-Służewo-Radziejów/-Sompolno-Konin
45	269	Szczerkowo-/Izbica Kujawska-Chodec-Chocień/-Kowal
46	270	/Brześć Kujawski-Izbica Kujawska/-Koło
47	302	/Brudzewo/-Zbąszyń-NowyTomyśl
48	303	/Świebodzin-Brudzewo-Babimost/-Powodowo
49	305	Bolewice-NowyTomyśl-Wolsztyn-Wschowa-Wroniniec
50	306	Lipnica-Wilczyna-Buk-Stęszew-Nowe Dymaczewo
51	307	Poznań-Buk-Opalenica-Bukowiec
52	308	Nowy Tomyśl-Grodzisk Wielkopolski-Kościąn-Kunowo
53	309	Droga 180-Średnica-Jędrzejewo
54	310	Głuchowo-Czempiń-Śrem
55	311	Kawczyn-Czempiń
56	312	Rakoniewice-Czacz
57	313	Babimost-Kargowa-Klenica

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

58	314	Kargowa-Świętno
59	315	Wolsztyn-/Konotop-Nowa Sól/
60	316	Sławocin-Ciosaniec-Kaszczor
61	323	Leszno-Góra-Studzionki-Rudna-Rynarce-Droga 3 /Lublin/
62	324	/Szlichtyngowa-Góra/-Załęcze
63	430	Poznań-Mosina
64	431	Granowo-Nowe Dymaczewo-Mosina-Kórnik
65	432	Leszno-Krzywiń-Śrem-Środa Wielkopolska-Września
66	433	Swarzędz-Gądky
67	434	Łubowo-Iwno-...-Kostrzyn-Kórnik-Śrem-Kunowo-Gostyń-Rawicz
68	436	Pysząca-Książ Wielkopolski-Nowe Miasto Nad Wartą
69	437	Dolsk-Koszkowo
70	438	Borek Wielkopolski-Koźmin
71	441	Miłosław-Borzykowo
72	442	Września-Pyzdry-Gizałki-Kalisz
73	443	Jarocin-Gizałki-Rychwał-Tuliszków
74	444	Krotoszyn-Odolanów-Ostrzeszów
75	445	Odolanów-Ostrów Wielkopolski
76	447	Antonin-Grabów Nad Prosną
77	449	Syców-Ostrzeszów-Błaszki
78	450	Kalisz-Grabów Nad Prosną-/Wyszanów-Wieruszów-Opatów/
79	466	Słupca-Ciążeń-Pyzdry
80	467	Ciążeń-Golina
81	470	Kościelec-Marulew-Turek-Kalisz
82	471	Opatówek-Koźminek-Lisków-Rzysko
83	473	Koło-Dąbie-/Uniejów...Balin-Szadek-Łask/
84	478	Rzysko- /Księża Wólka- Krępa/

Źródło: <http://www.wzdw.pl/drogi-wojewódzkie/wykaz-drog/> (dostęp 2014.10.15)

System dróg krajowych i wojewódzkich dopełniają niższe kategorie dróg publicznych - tj. sieć dróg powiatowych i gminnych. Ich długość w granicach poszczególnych powiatów przedstawia tab. 23.

W 2012 r. przez teren województwa wielkopolskiego przebiegało 11.322,3 km dróg powiatowych i 11576,5 km dróg gminnych. Najdłuższa sieć dróg powiatowych o nawierzchni twardej ulepszonej przebiegała przez powiat poznański (671,2 km), gnieźnieński (585,2 km) oraz koniński (560,5 km).

Tab. 23 Długość dróg powiatowych i gminnych w województwie wielkopolskim w 2012r.

Nazwa powiatu	Drogi powiatowe		Drogi gminne	
	Nawierzchnia twarda	Nawierzchnia gruntowa	Nawierzchnia twarda	Nawierzchnia gruntowa
jarociński	327,1	10,2	260,6	90,8
kaliski	474,6	29,2	634,7	525,9
kępiński	231,0	28,0	229,3	307,7
krotoszyński	422,9	17,1	333,4	360,7
ostrowski	485,0	21,9	533,2	502,8
ostrzeszowski	239,3	21,3	439,6	376,6
pleszewski	353,9	19,0	388,3	468,4
gnieźnieński	590,6	39,2	559,9	590,4
kolski	433,9	26,2	553,0	358,8
koniński	565,5	54,4	1174,9	554,7

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

słupecki	335,4	29,2	382,6	274,3
turecki	317,2	27,2	413,4	693,0
wrzesiński	292,2	30,1	321,5	275,2
gostyński	473,4	19,2	367,8	191,6
grodziski	223,8	43,1	177,3	307,4
kościański	356,2	22,4	144,5	230,3
leszczyński	351,3	35,9	148,5	214,3
międzychodzki	139,8	59,1	76,4	227,1
nowotomyski	286,8	124,1	185,8	720,4
rawicki	247,4	10,9	228,0	158,5
wolsztyński	220,0	50,2	126,9	166,4
chodzieski	172,4	0,0	244,9	227,8
czarnkowsko-trzcianecki	300,0	31,0	176,3	383,1
piłski	420,9	8,0	302,5	498,0
wągrowiecki	350,6	39,2	369,9	324,9
złotowski	442,0	42,9	196,5	238,1
obornicki	252,7	53,6	133,1	197,3
poznański	680,4	68,5	939,2	1190,6
szamotulski	355,9	15,8	314,8	451,6
średzki	290,8	39,9	220,8	208,4
śremski	240,2	30,2	149,0	202,4
Poznań (m.)	263,0	2,0	552,0	144,0
Leszno (m.)	46,0	–	90,3	59,9
Konin (m.)	55,7	–	95,9	11,1
Kalisz (m.)	84,4	4,5	111,7	80,6

Źródło: Dane Generalnej Dyrekcji Dróg Krajowych i Autostrad.

Ze względu na fakt, że drogi powiatowe stanowią 28,12% sieci wszystkich dróg publicznych regionu, ich gęstość w obrębie poszczególnych jednostek powiatowych nie tylko w znaczącym stopniu wpływa na poziom dostępności wybranych miejscowości z głównych ciągów komunikacyjnych województwa, ale również warunkuje dostępność komunikacyjną poszczególnych atrakcji turystycznych. W 2012 r. przez obszar 100 km² województwa wielkopolskiego przebiegało średnio 38,0 km dróg powiatowych. Największą gęstością dróg powiatowych na 100 km² cechowały się miasta na prawach powiatu: Leszno (143,8km/100km²), Kalisz (122,3km/100km²), Poznań (100,4km/100km²) oraz Konin (67,9km/100km²). Z pozostałych jednostek terytorialnych, które osiągnęły najwyższą wartość wskaźnika wymienić należy powiaty: krotoszyński (59,2km/100km²), gostyński (58,4km/100km²) oraz jarociński (55,7km/100km²). Najniższą gęstością dróg tej kategorii charakteryzował się powiat czarnkowsko-trzcianecki (16,6/100km²), międzychodzki (19,0km/100km²) oraz chodzieski (25,2km/100km²).

W 2012 r. najdłuższa sieć dróg gminnych o nawierzchni twardej ulepszonej przebiegała przez powiat koniński (1007,6 km), poznański (741,2 km) oraz Poznań (miasto na prawach powiatu - 546,0 km). W tym samym okresie średnia wartość wskaźnika gęstości dróg gminnych dla terenie województwa wielkopolskiego wynosiła 38,8km/100km². Podobnie jak w przypadku dróg powiatowych, największą długością dróg gminnych na 100 km² powierzchni cechowały się miasta:

Kalisz (161,9km/100km²), Poznań (2107km/100km²), Konin (117,0km/100km²) oraz Leszno (90,3km/100km²). Wysokie wartości wskaźnika osiągnęły również powiaty: koniński (74,5km/100km²), ostrzeszowski (56,9km/100km²) oraz kolski (54,7km/100km²). Najmniejszą gęstość dróg lokalnych odnotowano w powiecie czarnkowsko-trzcianeckim (9,8km/100km²), międzychodzkiem (10,4km/100km²) oraz złotowskim (11,8km/100km²).

2.3.3.2 Sieć kolejowa

Na obszarze Wielkopolski jest 25 linii kolejowych o znaczeniu państwowym (3, 14, 18, 131, 203, 271, 272, 351, 352, 353, 355, 394, 395, 403, 544, 737, 740, 801, 802, 804, 806, 807, 808, 809, 811), 32 linie o znaczeniu lokalnym (181, 236, 307, 354, 356, 357, 359, 360, 362, 363, 366, 368, 369, 372, 373, 374, 377, 390, 405, 803, 805, 812, 813, 814, 815, 816, 823, 824, 826, 983, 984, 999) oraz 5 linii wąskotorowych. Z punktu widzenia uwarunkowań rozwoju ruchu turystycznego za szczególnie istotne uznać należy 20 z nich – tj. te ciągi komunikacyjne, które w granicach województwa na całej swojej długości obsługują przewozy pasażerskie. Całkowita długość ostatnich z wymienionych na terenie opisywanej jednostki administracyjnej, według danych Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego, wynosi aktualnie 1605 km⁵⁷. Linie kolejowe obsługujące ruch pasażerski przebiegają przez obszar 32 powiatów województwa. Jedynie trzy jednostki administracyjne tej rangi: powiat międzychodzki, śremski oraz turecki, pozbawione są tego rodzaju połączeń komunikacyjnych. W ramach systemu linii kolejowych województwa wielkopolskiego funkcjonuje obecnie ponad 270 stacji i przystanków. Największą ich liczbą dysponuje aktualnie Poznań (miasto na prawach powiatu) – 13 oraz okalające go gminy mieszczące się w granicach powiatu poznańskiego – 37 obiektów. Znaczna liczba tego rodzaju punktów cechuje również powiat ostrowski – 18, gostyński – 15 oraz pilski – 14.

Tab. 24 Wykaz linii kolejowych województwa wielkopolskiego obsługujących ruch pasażerski

Numer linii (wg Instrukcji D-29)	Przebieg linii na terenie kraju	Odcinek linii na terenie województwa wielkopolskiego	długość (kilometr linii w województwie wielkopolskim)
3	Warszawa Centralna - Warszawa Zachodnia - Warszawa Włochy - Warszawa Gołębki - Łowicz Główny - Kutno - Strzałkowo - Sokołowo Wrzesińskie - Podstolice - Poznań Wschód - Poznań Główny - Zbąszyń - Szczaniec - Frankfurt Oderbrücke	Koło - Konin - Września - Poznań - Nowy Tomyśl	148-382
14	Łódź Kaliska - Kalisz - Nowe Skalmierzyce - Ociąż - Ostrów Wielkopolski - Durzyn - Osusz - Leszno Grzybowo - Leszno - Grodziec	Kalisz-Ostrów Wlkp.- Krotoszyn- Kąkolewo- Leszno	85-248

⁵⁷ Por. http://www.umww.pl/informacje-o-regionie_informacje-o-regionie-transport

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

	Mały - Głogów - Żagań - Żary - Sieniawa Żarska - Forst		
18	Kutno - Włocławek - Toruń - Bydgoszcz - Nakło nad Notecią - Wyrzysk Osiek - Piła	Wyrzysk Osiek - Piła	204-247
131	Tczew - Laskowice Pomorskie - Bydgoszcz - Inowrocław - Zaryń - Ponętów - Dąbie - Zduńska Wola Karsznice - Chorzew Siemkowice - Herby Nowe - Tarnowskie Góry - Chorzów Batory	Zaryń - Ponętów - Dąbie	227-275-
181	Oleśnica - Syców - Kępno - Wieruszów - Wieluń Dąbrowa - Krzepice - Herby Nowe	Kępno	95-103
203	Tczew - Czersk - Chojnice - Złotów - Piła - Trzcianka - Krzyż - Nowe Drezenko - Gorzów Wlkp. - Kostrzyn	- Złotów - Piła - Trzcianka - Krzyż	122-241
206	Inowrocław Rąbinek - Wągrowiec - Rogoźno Wielkopolskie - Drawski Młyn 01.10.1896 Uwaga: linia niezelektryfikowana	Wągrowiec- Rogoźno Wielkopolskie- Bzowo Goraj	78-136
271	Wrocław - Żmigród - Rawicz - Leszno - Kościan - Poznań	Rawicz - Leszno - Kościan - Poznań	60-164
272	Kluczbork - Kępno - Ostrów Wlkp. - Pleszew - Jarocin - Poznań	- Kępno - Ostrów Wlkp. - Pleszew - Jarocin - Poznań	24-201
281	Oleśnica - Grabowno Wielkie - Zduny - Krotoszyn - Jarocin - Września - Gniezno - Janowiec Wlkp. - Damasławek - Nakło nad Notecią - Więcbork - Chojnice	Zduny - Krotoszyn - Jarocin - Września - Gniezno- Damasławek	56-180
351	Poznań - Szamotuły - Wronki - Krzyż - Choszczno - Stargard Szcz. - Szczecin	Poznań - Szamotuły - Wronki - Krzyż	0-88
352	Swarzędz - Poznań Starołęka	Poznań_Swarzędz Starołęka	0-12
353	Poznań - Gniezno - Trzemeszno - Mogilno - Inowrocław - Toruń - Kowalewo Pom. - Jabłonowo Pom. - Iława - Ostróda - Olsztyn - Czerwonka - Korsze - Skandawa	Poznań - Gniezno - Trzemeszno	0-68
354	Poznań - Oborniki Wlkp. - Rogoźno Wlkp. - Chodzież - Piła	Poznań - Oborniki Wlkp. - Rogoźno Wlkp. - Chodzież - Piła	0-92
355	Ostrów Wlkp. - Odolanów - Międzybórz - Grabowno Wielkie	Ostrów Wlkp. - Odolanów	0-32
356	Poznań - Sława Wlkp. - Wągrowiec - Gołańcz - Kcynia - Szubin - Bydgoszcz Uwaga: linia niezelektryfikowana	Poznań - Sława Wlkp. - Wągrowiec - Gołańcz	0-78
357	Luboń - Grodzisk Wlkp. - Wolsztyn -	Luboń - Grodzisk	34-112

	Sulechów	Wlkp. - Wolsztyn	
359	Zbąszyń - Wolsztyn – Leszno Uwaga: linia niezelektryfikowana	Zbąszyń - Wolsztyn - Leszno	0-69
403	Piła - Wałcz - Kalisz Pom. - Ulikowo	Piła	0-16
405	Piła - Jastrowie - Lotyń - Szczecinek - Miastko - Słupsk - Ustka	Piła - Jastrowie - Lotyń	0-61

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Atlas Kolejowy Polski <http://wielkopolskie.atlaskolejowy.pl> (odczyt 2014.10.15).

Przez obszar województwa przebiegają dwie linie kolejowe mające znaczenie w obsłudze międzynarodowego transportu kolejowego. Linie te objęte są umowami międzynarodowymi o liniach AGC⁵⁸ i AGTC⁵⁹. Najważniejszą linią kolejową regionu wielkopolskiego jest linia kolejowa nr 3 Warszawa Zach. – Frankfurt nad Odrą, która stanowi część europejskiego kolejowego korytarza transportowego E20 Berlin – Kunowice – Poznań – Warszawa – Terespol – Mińsk – Moskwa.

Drugim pod względem znaczenia szlakiem kolejowym województwa są linie kolejowe 351: Szczecin – Poznań oraz 271: Poznań – Wrocław. Obie wymienione trasy stanowią odcinki europejskiego korytarza E59 Malmö / Ystad – Świnoujście – Poznań – Wrocław – Chałupki – Wiedeń / Budapeszt. Pozostałe linie kolejowe mają charakter krajowy i regionalny (PLK 2009, por. Churski P. i in. 2008).

W związku z wprowadzaniem systemów ERTMS (European Rail Traffic Management System) oraz modernizacją tras kolejowych związaną z włączeniem polskich linii kolejowych do systemu połączeń tzw. dużych prędkości, aktualnie prowadzone są prace remontowo–modernizacyjne na liniach: E59 (Świnoujście – Szczecin – Poznań – Leszno – Wrocław) oraz E20 (Kunowice – Poznań – Warszawa – Terespol). Za istotne rozwiązanie komunikacyjne które obejmie swym zasięgiem województwo wielkopolskie, uznać należy tzw. linię „Y”, której budowa przewidziana jest na lata 2014 – 2030. Linia „Y” to planowana pasażerska linia Kolei Dużych Prędkości (KDP) łącząca Warszawę, Łódź, Wrocław oraz Poznań, na której w przyszłości osiągnane będą mogły być prędkości do 350 km/h. Sieć linii kolejowych „Y” nie tylko połączy 4 obszary aglomeracyjne, ale wpisze się także w sieć korytarzy paneuropejskich wchodząc w skład trasy Berlin – Poznań – Warszawa – Moskwa oraz korytarza z krajów bałtyckich przez Warszawę do Wrocławia, Pragi oraz Drezna. Linia „Y” poprzez zmodernizowany odcinek Łódź - Opoczno będzie łączyła się z Centralną Magistralą Kolejową, która jest obecnie modernizowana do prędkości maksymalnej 220 km/h (co w konsekwencji umożliwi

⁵⁸ AGC - Umowa o głównych międzynarodowych liniach kolejowych (Oświadczenie Rządowe z dnia 29 maja 1989 r. w sprawie wejścia w życie Umowy europejskiej o głównych międzynarodowych liniach kolejowych (AGC), sporządzonej w Genewie dnia 31 maja 1985 r. - (Dz. U. Nr 42, poz. 232, z 1989 r.).

⁵⁹ AGTC - Umowa o ważnych międzynarodowych liniach transportu kombinowanego i obiektach towarzyszących. (Oświadczenie Rządowe z dnia 24 listopada 2003 r. w sprawie mocy obowiązującej Umowy europejskiej o ważnych międzynarodowych liniach transportu kombinowanego i obiektach towarzyszących (AGTC), sporządzonej w Genewie dnia 1 lutego 1991 r. (MP z 2004 r., Nr 3, poz. 51).

także przyśpieszenie połączeń do Katowic i Krakowa⁶⁰). Planowane jest również przedłużenie linii KDP w kierunku granicy z Niemcami.

Podstawę układu infrastruktury kolejowej na terenie samej aglomeracji poznańskiej stanowią trzy magistrale kolejowe wyznaczone przez szlaki: E20 (Kunowice- Terespol), E59 (Świnoujście- Chałupki) oraz linie kolejowe nr 352 oraz 395 (obwodnica miasta w zakresie przewozów towarowych). W ujęciu ponadaglomeracyjnym trasa E20 zapewnia m.in. przewozy pasażerskie w kierunku wschodnim (Września, Konin Warszawa) oraz na zachód (Zielona Góra, Berlin). Krzyżujące się z nią ramiona szlaku E59 zapewniają dostępność komunikacyjną aglomeracji od strony m.in.: Wrocławia, Leszna i Kościana (z południa) oraz Szamotuł, Szczecina i Świnoujścia (północ). Znaczącą rolę w kształtowaniu dostępności komunikacyjnej aglomeracji przypisać należy także linii kolejowej nr 353 (łączy Poznań z Gnieznem, Inowrocławiem, Bydgoszczą oraz Gdańskiem), trasie nr 272 (Środa Wielkopolska, Ostrów Wielkopolski) oraz 354 łączącej Poznań z Piłą, Białogardem oraz Kołobrzegiem. Aglomeracyjna sieć kolejowa obejmuje również dwie linie drugorzędne: nr 356-łączącą stację Poznań Wschód z Wągrowcem oraz nr 357 z Lubonia do Wolsztyna.

Istotną rolę w kształtowaniu atrakcyjności turystycznej centrum Poznania przypisać należy przebudowie Dworca PKP oraz towarzyszącym jej inwestycjom zmierzającym do utworzenia tzw. Zintegrowanego Centrum Komunikacyjnego.

2.3.3.3 Dostępność lotnicza

Zgodnie z danymi Urzędu Lotnictwa Cywilnego (2014), w województwie jest 36 lądowisk, w tym 19 sanitarnych. Na opisywanym terenie znajdują się 4 lotniska:

- Port Lotniczy Poznań- Ławica (m. Poznań),
- Poznań – Kobylnica (pow. poznański),
- Michałków k. Ostrowa Wielkopolskiego (pow. ostrowski),
- Strzyżewice k. Leszna (pow. leszczyński).

W ostatnich latach coraz wyraźniej rosnące znaczenie w kształtowaniu dostępności komunikacyjnej, a przez to również atrakcyjności turystycznej Poznania, przypisać należy działaniom związanym z funkcjonowaniem oraz rozbudową Portu Lotniczego Poznań-Ławica im. Henryka Wieniawskiego. Należy podkreślić, że spośród wyżej wymienionych tylko ten obiekt został wpisany na listę lotnisk transeuropejskiej sieci lotniczej TEN-T do grupy „regionalnych punktów węzłowych i punktów dostępu”. Lotnisko położone jest w zachodniej części miasta, w odległości ok. 6 km od jego funkcjonalnego centrum. Obiekt leży przy trasie prowadzącej do Międzynarodowych Targów Poznańskich, Dworca PKP oraz osi komunikacyjnej Poznań-Warszawa. Port lotniczy Poznań - Ławica

⁶⁰ Por. http://www.sirts.pl/images/pliki/QA_CZYM_JEST_LINIA_Y.pdf. (dostęp: 2014.10.15).

zapewnia regularne połączenia, w czasie krótszym niż 3 godziny, z 15 miastami europejskimi, m.in.: Barceloną, Bristolem, Dortmundem, Dublinem, Edynburgiem, Frankfurtem n/Menem, Kopenhagą, Liverpoolem, Londynem, Monachium, Nottingham/ Leicester/ Derby, Paryżem, Rzymem, Sztokholmem, Warszawą.

Do 2011 r. Lotnisko posiadało jedną asfaltobetonową drogę startową o wymiarach 2500 m długości i 50 m szerokości. Pierwszy z Terminali Pasażerskich został oddany do użytku w listopadzie 2001 r. (pow. 14 tys. m²). Do 2011 r. Lotnisko mogło obsłużyć w ciągu godziny jednocześnie jedynie 430 pasażerów przylatujących i 450 opuszczających Poznań, a przepustowość terminalu wynosiła wówczas 1,2-1,5 mln pasażerów rocznie. Dane obrazujące liczbę lotów oraz pasażerów korzystających z usług Portu zamieszczono w tab. 25.

Tab. 25 Liczba lotów oraz pasażerów korzystających z usług Lotniska Poznań – Ławica w latach 2000-2012

Lata	Liczba lotów	Liczba pasażerów	Indeks dynamiki dla liczby lotów		Indeks dynamiki dla liczby pasażerów	
			2000 r.=100	Rok poprzedni	2000 r.=100	Rok poprzedni
2000	13225	227874	100,00	-	100,00	-
2001	15397	227898	116,42	116,42	100,01	100,01
2002	13007	227498	98,35	84,48	99,83	98,82
2003	14174	263551	107,18	108,97	115,66	115,85
2004	16405	380676	124,04	115,74	167,05	144,44
2005	15595	418568	117,92	95,06	183,68	109,95
2006	17364	670702	131,27	111,34	294,33	160,24
2007	12062	863018	91,21	69,47	378,73	128,67
2008	23609	1274679	178,52	195,73	559,38	147,70
2009	22862	1235942	172,87	96,84	542,38	96,96
2010	23601	1419121	178,46	103,23	622,77	114,82
2011	23071	1463443	174,45	97,75	642,22	103,12
2012	22862	1595221	172,86	99,01	700,04	109,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Urzędu Lotnictwa Cywilnego

W 2012 r. Wielkopolski Wojewódzki Inspektor Nadzoru Budowlanego wydał decyzję o pozwoleniu na użytkowanie nowej części terminalu pasażerskiego (zamknięcie pierwszego etapu rozbudowy Lotniska). Do użytku oddany został parter budynku - nowa strefa przylotów i hala główna przeznaczona dla stanowisk check-in oraz kondygnacja piwniczna z pomieszczeniami technicznymi. Powierzchnia całkowita nowowypbudowanej części terminalu wynosi ponad 17800 m². Ostatecznie, w 2013 r., budynek, który obsługiwał pasażerów od 2001 r., został przekształcony w terminal odlotowy oferujący turystom również powiększoną częścią komercyjną.

W związku z organizacją EURO 2012 przebudowę Portu Lotniczego Poznań-Ławica podporządkowano wymogom UEFA, zgodnie z którymi przepustowość obiektu w tym okresie powinna zapewnić możliwość przylotu/wylotu 50% kibiców całkowitej pojemności stadionu

w przeciągu 10 godzin przed/po meczu. W przypadku INEA Stadion założenie to dotyczyło więc 23,5 tysiąca osób. Czynnikiem o podstawowym znaczeniu dla spełnienia wyżej przedstawionego wymogu była realizacja projektu budowy drogi kołowania równoległej do istniejącej drogi startowej. Po jej wykonaniu, liczba potencjalnych startów lub lądowań wzrosła aż do 30 w ciągu godziny. W efekcie rozbudowy płyty postojowej samolotów, bezpośrednio przy nowej części terminalu, powstało sześć stanowisk dla większych maszyn. Powierzchnia płyty zwiększyła się o 46000 m², dzięki czemu całkowita liczba stanowisk postojowych wzrosła do 23.

Ponadto na terenie województwa wielkopolskiego wyznaczono 16 lądowisk cywilnych. Lądowiska (z wyłączeniem lądowisk sanitarnych) znajdują się w następujących miejscowościach:

1. Kazimierz Biskupi (pow. koniński),
2. Radzewice (pow. poznański),
3. Sowiniec (pow. poznański),
4. Chalin (pow. międzychodzki),
5. Powodowo (pow. wolsztyński),
6. Zborowo (pow. poznański),
7. Poznań – Bednary (pow. poznański),
8. Śmiłowo (pow. szamotulski),
9. Piła (pow. pilski),
10. Żerniki (pow. poznański),
11. Jaryszewo (pow. szamotulski),
12. Krępsko (pow. pilski),
13. Piła Motylewo (pow. pilski),
14. Swarzędz – Jasin (pow. poznański),
15. Sobota (pow. poznański),
16. Stawnica (pow. złotowski).

2.3.3.4 Drogi wodne

Uwarunkowania przyrodnicze województwa wielkopolskiego sprzyjają rozwojowi różnych form rekreacji wodnej. W niniejszym rozdziale omówiona zostanie dostępność komunikacyjna jednostki administracyjnej warunkowana przebiegiem przez ten obszar odcinka Międzynarodowej Drogi Wodnej MDW E70.

MDW E70 to droga o międzynarodowym znaczeniu, relacji Odra – Wisła. Rozpoczyna się w Antwerpii i przebiega przez Holandię, Niemcy, Polskę, Obwód Kaliningradzki Federacji Rosyjskiej, aż do Kłajpedy na Litwie. Na obszarze Polski obejmuje rzeki: Odrę, Wartę, Noteć, Kanał Bydgoski, Brdę, Wisłę, Nogat, Szkarpawę, Kanał Jagielloński oraz Zalew Wiślany, na obszarze województw: kujawsko-

pomorskiego, lubuskiego, pomorskiego, warmińsko-mazurskiego, wielkopolskiego oraz zachodniopomorskiego.

Na terenie województwa wielkopolskiego omawiana droga wodna to rzeka Noteć, która wraz ze swoją doliną stanowi obszar unikatowego krajobrazu przyrodniczego, z doskonale wkomponowanymi zabytkami historycznymi i hydrologicznymi, obszarami chronionego krajobrazu i siedliskami (m.in. siedliskami wielu gatunków ptaków chronionych europejską „Dyrektywą Ptasią”).

Na rzece, w obrębie województwa wielkopolskiego, znajduje się 13 stopni wodnych składających się z jazu piętrzącego wodę i śluz żeglugowych. Zabytkowe śluzy, wszystkie o łącznej długości ponad 57 m i szerokości prawie 10 m, zbudowane zostały w XIX wieku jako część alternatywnego dla dróg lądowych handlowego szlaku wodnego łączącego Gdańsk z Europą Zachodnią. MDW E70 ze względu na unikalną przyrodę oraz bezpośrednie połączenie z sąsiednimi, dobrze rozwiniętymi drogami wodnymi na terenie Niemiec i dalszych krajów Europy Zachodniej, stanowi znaczący potencjał turystyczny województwa.

Dolina Noteci stanowi również część szlaku wodnego Wielkiej Pętli Wielkopolski⁶¹ przebiegającej przez obszar trzech województw: wielkopolskiego, lubuskiego i kujawsko-pomorskiego. Szlak wykorzystuje rzekę Wartę na odcinku Konin – Santok (338,5 km). Dalej przebiega przez 48,8 kilometrowy odcinek Noteci i poprowadzi do ujścia Drawy. Stamtąd wiedzie przez 139,9 km i 16 śluz, wspinających się na wododział pomiędzy Notecią i Brdą – do Kanału Górnonoteckiego (25 km). Ostatni odcinek wykorzystuje Noteć (do Gopła) i Kanał Ślesiński do Konina (62,1 km). Pętla jest dostępna dla jednostek o zanurzeniu do 60 cm, szerokości do 4 m i długości do 20 m. Większe jednostki pływają jedynie na dolnej Warcie i Noteci oraz odcinku Konin – Kruszwica⁶².

2.3.4 Szlaki turystyczne

Szlaki turystyczne zostały przedstawione w podziale na szlaki turystyki aktywnej oraz szlaki kulturowe.

2.3.4.1 Szlaki turystyki aktywnej

Z uwagi na nieuregulowane zarządzanie znakowanymi szlakami turystycznymi nie istnieje pełna baza danych zawierająca informacje o wszystkich szlakach województwa wielkopolskiego. W celu przygotowania niniejszej diagnozy zgromadzono materiał z dwóch baz danych przestrzennych, które gromadzą przebiegi szlaków w formie wektorowej.

⁶¹ Por. <http://www.umww.pl/spotkanie-na-zalewie-wielkich-mozliwosci> (dostęp 2014.10.15)

⁶² Por. http://www.wielkopolska.travel/turystyka_wodna_2/drogi_wodne_wielkiej_petli_wielkopolski/, (dostęp 2014.10.15)

- Baza danych projektu trail.pl. Jest to najbardziej kompletna baza szlaków dla całego województwa, zawierająca informacje o Wielkopolskim Systemie Szlaków Rowerowych oraz dość kompletny zestaw informacji o szlakach Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego na terenie Wielkopolski,
- Geobaza Zarządu Parków Krajobrazowych Województwa Wielkopolskiego – zawierająca bardziej szczegółową informację, jednak tylko na obszarach Parków Krajobrazowych Województwa Wielkopolskiego.

Taki dobór danych nie umożliwi pełnej analizy systemu znakowanych szlaków turystycznych województwa wielkopolskiego. Można przyjąć, że dla obszarów parków krajobrazowych i ich okolic sieć szlaków jest kompletna, natomiast szlaki z obszarów położonych dalej mogą być nie uwzględnione w zgromadzonym materiale.

Szlaki w województwie wielkopolskim (podobnie jak w całej Polsce) są zarządzane przez różne instytucje, takie jak oddziały PTTK, jednostki samorządowe różnego szczebla, jednostki Lasów Państwowych, lokalne i regionalne organizacje turystyczne, parki narodowe i krajobrazowe, lokalne grupy działania czy różne stowarzyszenia. Powoduje to, że poszczególne szlaki i systemy szlaków miejscami się dublują, w innych miejscach pozostawiając „białe plamy”.

Problemem jest nie tylko wyznaczanie nowych szlaków, ale również utrzymanie w należytym stanie oznakowania i infrastruktury szlaków już istniejących. Wydaje się, że problem ten szczególnie dotyczy szlaków powstających w ramach projektów, po których zakończeniu nie są zapewnione środki na ich utrzymywanie.

W analizie rozkładu przestrzennego szlaków podzielono je na: rowerowe, kajakowe, jeździeckie, piesze (wliczając w to według kryterium funkcjonalnego szlaki spacerowe, Nordic Walking i ścieżki dydaktyczne).

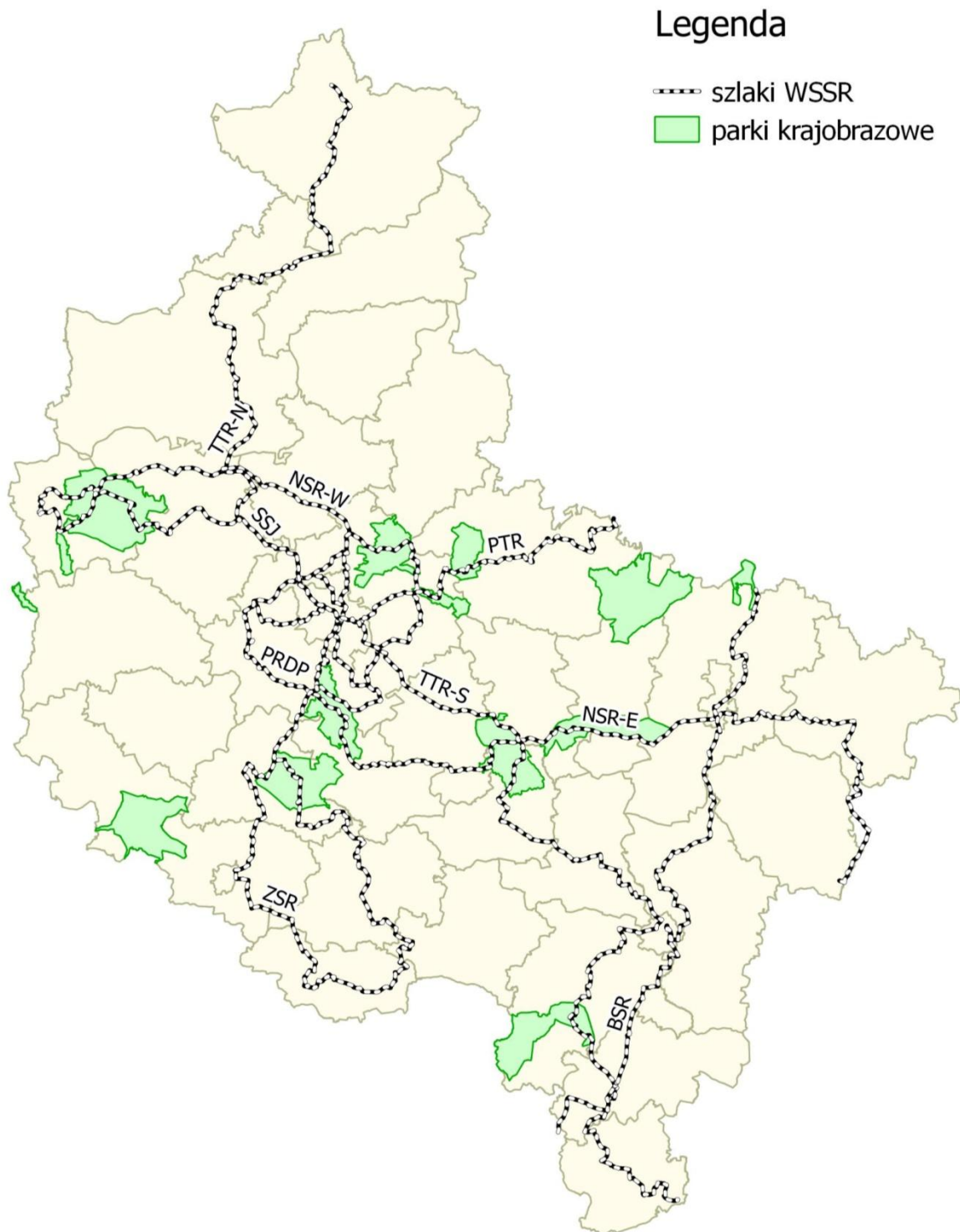
Szlaki rowerowe

Szkielet szlaków rowerowych województwa stanowi Wielkopolski System Szlaków Rowerowych (WSSR) obejmujący ponad 2 tys. km znakowanych szlaków (ryc. 9). W jego skład wchodzi 9 szlaków o długości od 70 do 270 km oraz kilka szlaków łącznikowych (gpswielkopolska.pl, dostęp 2014-10-18).

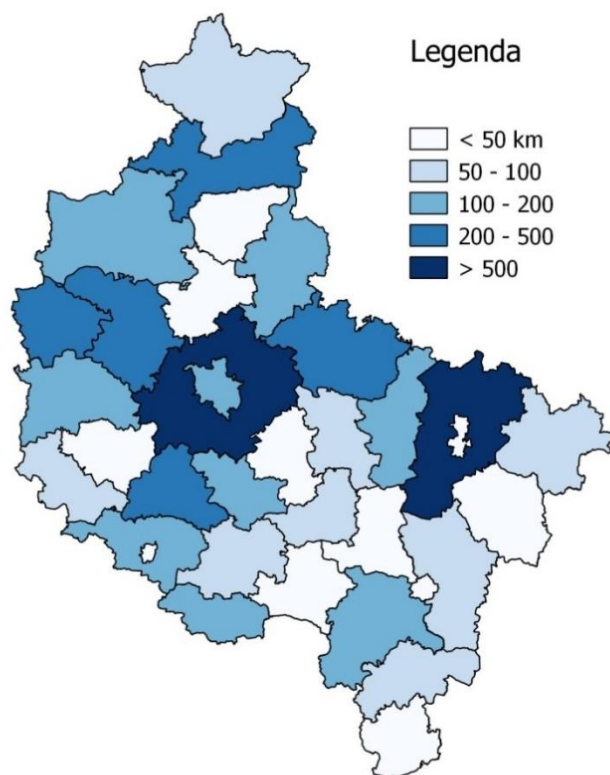
Łącznie w analizowanych bazach danych zgromadzono 5070 km szlaków rowerowych, co daje średnio 17 km szlaków na 100 km². Wymieniając te wielkości należy zaznaczyć, że z jednej strony nie wszystkie szlaki rowerowe województwa się w tych bazach znajdują, z drugiej jest to suma długości wszystkich szlaków, które niekiedy mają odcinki wspólne.

Niemal 10% wszystkich szlaków rowerowych skupionych jest w powiecie poznańskim (990 km) jest to związane z dużą liczbą szlaków w rejonie Puszczy Zielonka oraz nieco mniejszą w Rogalińskim

PK. Drugim pod względem długości szlaków rowerowych jest powiat koniński (ponad 500 km). W dalszej kolejności są to powiaty międzychodzki, gnieźnieński (około 300 km) oraz szamotulski, kościański i pilski (powyżej 200 km). Na 25% powierzchni województwa skupione jest prawie 60% jego szlaków rowerowych (ryc. 10).



Ryc. 9 Wielkopolski System Szlaków Rowerowych oraz parki krajobrazowe województwa wielkopolskiego
Źródło: opracowanie własne na podstawie www.gpswielkopolska.pl



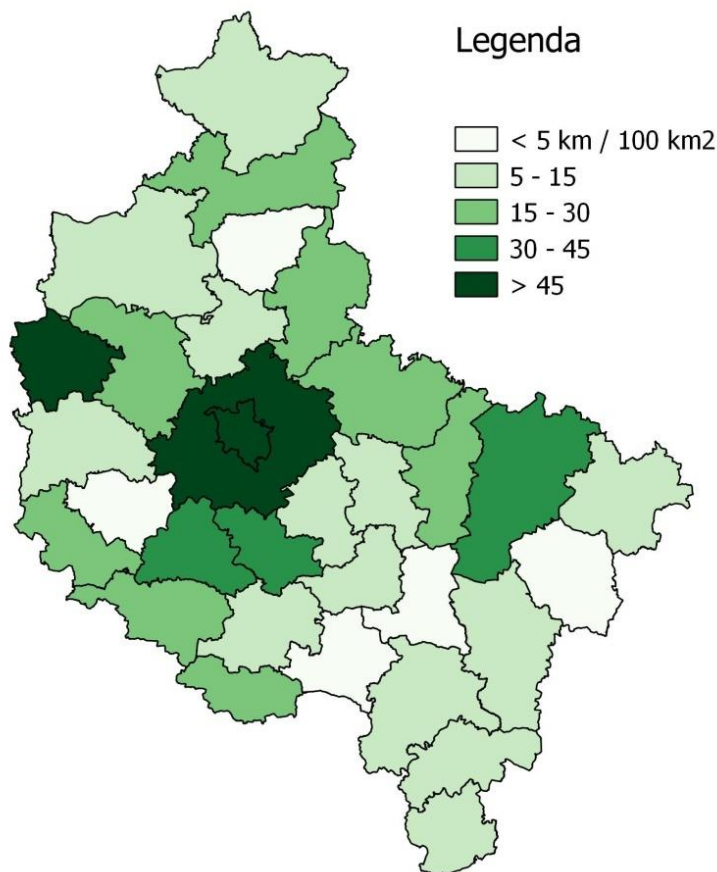
Ryc. 10 Przybliżona długość szlaków rowerowych w województwie wielkopolskim wg powiatów

Źródło: opracowanie własne na podstawie geobaz ZPKWW i Trail.pl

Warto zwrócić uwagę nie tylko na sumaryczną długość szlaków, ale również na ich gęstość mierzoną długością szlaków przypadającą na 100 km² (ryc. 11). Wysoką gęstością cechują się powiaty międzychodzki i poznański (po 47 km / 100 km²), a w dalszej kolejności śremski, kościański i koniński (30 – 35 km / 100 km²). Powyżej średniej dla województwa plasują się powiaty gnieźnieński, rawicki, szamotulski, a w okolicach tej średniej słupecki, pilski i wągrowiecki. Najuboższa pod względem szlaków rowerowych jest część południowo-wschodnia województwa.

Szlaki rowerowe wielkopolski włączone są w system międzynarodowych tras rowerowych. W północnej części województwa przebiega wyznakowany szlak Euro Route R1, łączący Calais z Sankt Petersburgiem (nie wyznakowany na obszarze Federacji Rosyjskiej). W wielkopolsce łączy on Międzychód, Krzyż Wielkopolski, Trzciankę, Piłę, Osiek nad Notecią. Przez obszar województwa planowany jest przebieg dwóch tras systemu EuroVelo równoleżnikowa R2 „Capitals Route” łącząca między innymi Galway, Dublin, Berlin, Warszawę i Moskwę oraz południkowa R9 „Baltic –Adriatic” łącząca Gdańsk z Pulą⁶³, przy czym trasy te znajdują się w fazie projektowania.

⁶³ <http://www.eurovelo.org/routes/>, dostęp 2015-06-10



Ryc. 11 Przybliżona gęstość szlaków rowerowych w województwie wielkopolskim wg powiatów

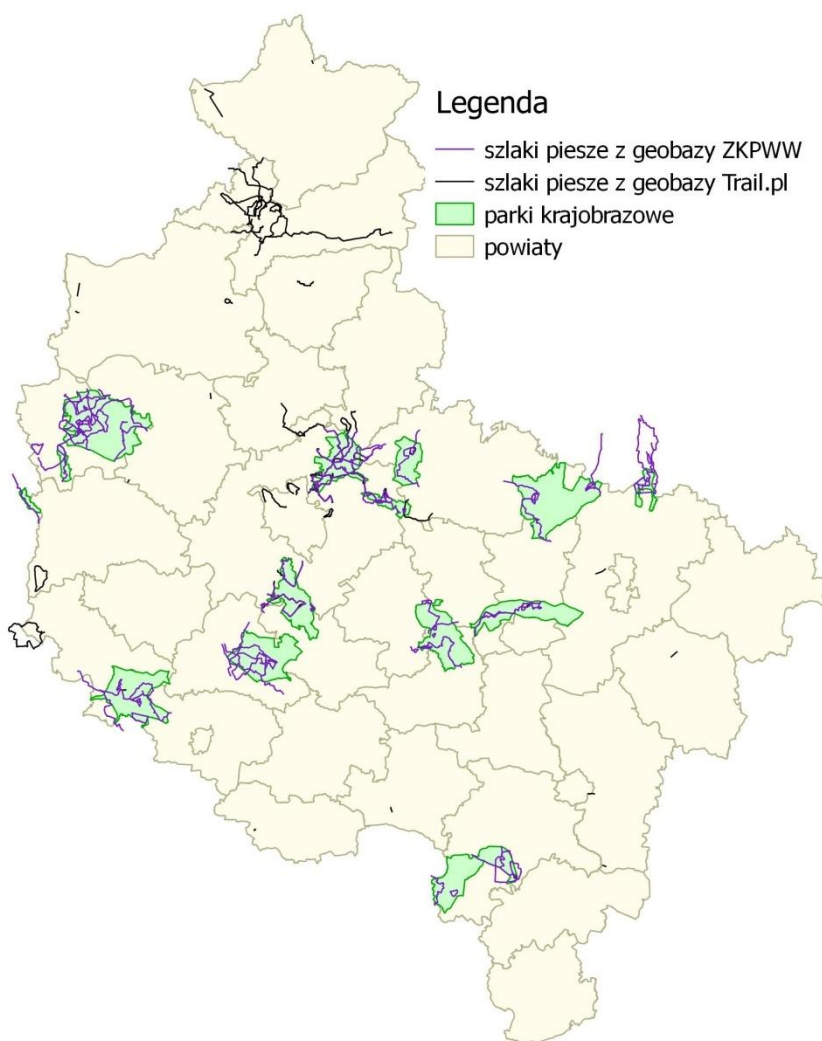
Źródło: opracowanie własne na podstawie geobaz ZPKWW i Trail.pl

Szlaki piesze

W 2011 roku na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego powstała analiza stanu obecnego oraz koncepcja zmian w Wielkopolskim Systemie Szlaków Pieszyc (Łęcki, Kucharski, Mielewczyk, 2011) Opracowanie to pozostaje najaktualniejszą analizą stanu szlaków pieszych. Autorzy, poza zgromadzeniem danych poprzez rozesłanie ankiet do jednostek administracji samorządowej, oddziałów PTTK, instytucji zarządzających formami ochrony przyrody, weryfikowali w terenie stan oznakowania szlaków. W opracowaniu tym stwierdzono, że z ponad połowy znakowanych szlaków w województwie nie można korzystać z uwagi na jakość oznakowania (35% szlaków jest źle oznakowanych, a 19% jest nieczytelne w terenie), a oznakowanie tylko 22% szlaków pieszych umożliwiło swobodne z nich korzystanie. Autorzy opracowania zaproponowali zdecydowane skrócenie sieci szlaków oraz jej przebudowę, projektując (częściowo w oparciu o istniejące szlaki):

- 34 szlaki spacerowe o łącznej długości 314 km,
- szlaki na obszarach szczególnie atrakcyjnych turystycznie o łącznej długości 442,2 km,
- trasy długodystansowe, kilkudniowe o łącznej długości 1090 km.

Na potrzeby niniejszej diagnozy nie podjęto próby opisu zróżnicowania regionalnego szlaków pieszych, gdyż rozbieżność pomiędzy dostępnymi geobazami, a stanem aktualnym jest dość duża (ryc. 12). Zgromadzone w bazach szlaki koncentrują się w obrębie parków krajobrazowych, które w ramach swoich zadań zgromadziły dane o szlakach pieszych z tego obszaru. Ponadto, na tych obszarach koncentrują się ścieżki dydaktyczne, które zostały zaliczone do szlaków pieszych. W bazie Trail.pl szlaki dodawane były w dużej mierze przez osoby je przemierzające. Niewiele szlaków pieszych i prawie całkowity brak szlaków pieszych długodystansowych potwierdza fakt, że na nizinach ta forma turystyki jeżeli nie zanika, to jest bardzo mało popularna. Stwierdził to również w swoim opracowaniu zespół Łęcki, Kucharski, Mielewczyk (2011).



Ryc. 12 Szlaki piesze, nordic walking i ścieżki dydaktyczne z geobaz ZPKWW i Trail.pl

Korzystanie z map turystycznych czy zestawień PTTK, bez weryfikacji w terenie, może prowadzić do błędnych wniosków – szczególnie w zakresie szlaków długodystansowych: nadal są one

wykazywane, podczas gdy w rzeczywistości część z nich odnawiana jest (czyli de facto istnieje w terenie) tylko fragmentarycznie (np. czerwony szlak z Płotek k. Piły do Czerwonaka).

Turystyka i rekreacja piesza nie traci na popularności, ale zmienia się jej forma. W miejsce długodystansowej pojawia się zapotrzebowanie i moda na szlaki krótsze (kilka, czasem kilkanaście km), zwłaszcza te planowane w kształcie pętli. Do takich zaliczyć można trasy nordic walking (np. trasy w okolicach Piły, Chalina w gminie Sieraków oraz Wielkopolskie Centrum Nordic Walking i Narciarstwa Biegowego „Z kwiatka na kwiatek”), ścieżki dydaktyczne czy spacerowe.

Szlaki konne

W Wielkopolsce występują szlaki konne, jednak nie łączą się one w większe systemy, a raczej dają możliwość poruszania się w skali lokalnej. Niektóre z nich osiągają ponad 100 km⁶⁴ i posiadają infrastrukturę umożliwiającą odbywanie kilkudniowych wędrówek (Łęcki, Kucharski, Mielewczyk 2011).

W publikacji Plenzer A., Przydrożny E. (red.), 2010, *Turystyka konna w Wielkopolsce* wymienione są następujące szlaki jeździeckie zlokalizowane w 7 obszarach:

- Przez rubieże Przemęckiego PK – 4 ścieżki tematyczne wokół ośrodków konnych (118 km);
- Śladami zagubionej Podkowy – 5 odcinków, 125 km pomiędzy Leszmem, Rawiczem i Gostyniem;
- Wędrówka traktem gen. Dezyderego Chłapowskiego (120 km) zlokalizowana między Kościanem a Gostyniem;
- W królewskim orszaku, czyli Szlakiem króla Stanisława (155 lub 205 km), szlak posiada 2 warianty, częściowo się w sobie zawierające. Prowadzi pomiędzy Rydzyną, Racotem a Trzebidzą;
- Kierunek: stawy, czyli wędrówka konna Doliną Baryczy (100 km) poprowadzona przez okolice Ostrowa Wielkopolskiego i Odolanowa;
- Na Babki! Szlaki konne nadleśnictwa Babki – 7 krótkich (7 – 18 km) tras na południowy-wschód od Poznania;
- Śladami Sapiehów, czyli szlaki konne powiatu czarnkowsko-trzcianeckiego – 55 km szlaków zlokalizowanych na północ od Krzyża i Wielenia w Puszczy Drawskiej.

Dodatkowo z bazy danych Zespołu Parków Krajobrazowych Województwa Wielkopolskiego uzyskano informację o dalszych 2 szlakach:

⁶⁴ http://www.wielkopolska.travel/turystyka_aktywna/turystyka_konna/ dostęp 2014-10-18

- Wilczy Szlak – prowadzący przez Sierakowski i Pszczewski Park Krajobrazowy. Prawdopodobnie szlak ten wyznakowany jest na odcinku 140 km do PK Puszcza Zielonka⁶⁵, przy czym informacji tej nie zweryfikowano w terenie,
- Szlak konny w Parku Krajobrazowym Puszcza Zielonka – prawdopodobnie jest to również fragment Wilczego Szlaku Konnego.

Nie wymienione w tych źródłach zostały:

- Szlak konny „Podkuta szóstka” (118 km, gminy: Stare Miasto, Golina, Rzgów, Grodziec, Rychwał, Tuliszków),
- szlaki konne Nadleśnictwa Zdrojowa Góra - zlokalizowane w okolicach Piły utworzone przez Nadleśnictwo Zdrojowa Góra (łącznie 7 szlaków).

Rozmieszczenie zidentyfikowanych szlaków konnych w województwie wielkopolskim jest nierównomierne. Najwięcej znajduje się w południowo-zachodniej części województwa, gdzie znajdują się ośrodki tradycyjnie związane z hodowlą koni, takie jak Rydzyna czy Sieraków. Łączną długość tych szlaków w Wielkopolsce zespół Łęcki, Kucharski, Mielewczyk (2011) oszacował na ok. 700 km. Natomiast podczas prac na potrzeby niniejszej diagnozy długość tą oszacowano na 900 – 1000 km. Warunki przyrodnicze umożliwiają realizację dalszych szlaków jeździeckich, jednak ich rozwój powinien iść w ślad za zapotrzebowaniem, które należałoby rozpoznać.

Szlaki wodne

Sieć rzeczna Wielkopolski stwarza korzystne warunki dla rozwoju turystyki kajakowej, szczególnie w jej północnej części (por. rozdz. 2.1.1. oraz 3.2.2.). Za szlak kajakowy można uważać każdą rzekę, po której poruszają się turyści kajakarze, niezależnie (a czasami nawet w związku) z brakiem oznaczenia i zagospodarowania. Tak rozumiane szlaki mogą funkcjonować tylko okresowo (np. przy wysokich stanach wód po roztopach) i być dostępne tylko dla doświadczonych kajakarzy.

Z drugiej strony za szlak kajakowy można uważać trasę odpowiednio oznakowaną oraz wyposażoną w infrastrukturę w postaci pomostów, ułatwień w pokonywaniu budowli hydrotechnicznych. Często przy takim szlaku powstaje baza noclegowa ukierunkowana na kajakarzy. Na szlakach tych możliwe jest organizowanie większych spływów kajakowych, również dla osób początkujących. Z drugiej grupy szlaków kajakowych można w Wielkopolsce wymienić: rzekę Gwdę z dopływami Piławą, Dobrzycą i Rurzycą, Drawę, Wartę, Prosnę, Wełnę i Obrę (tab. 26). Szlaki kajakowe mogą być również wytyczane po jeziorach lub ich ciągach. Przykładem z obszaru Wielkopolski jest „Szlak konwaliowy” – po jeziorach Przemęckich.

⁶⁵ <http://www.stadoogierow.eu/Szlak-konny.html>, dostęp 2014-10-10

Trasą kajakową o możliwościach uprawiania turystyki kajakowej jest również Mała Pętla Wielkopolski – składająca się ze szlaku Warty i Obry połączonych kanałem Mosińskim oraz Północnym Kanałem Obry.

Tab. 26 Szlaki kajakowe o znaczeniu regionalnym w województwie wielkopolskim

Szlak Kajakowy	Przebieg i uwagi (<u>odcinki w woj. wlkp. podkreślono</u> , odcinki dostępne tylko przy wysokich stanach wody zaznaczono kursywą)	Przybliżona długość szlaku (w tym w woj. wlkp.)
Rzeka Gwda	<i>Jez. Drężno – Jez. Wielimie – Gwda Wielka – Lubnica – Łędycezek – Jastrowie – Ptusza – Krępsko – Dobrzyca – Piła – Ujście</i>	145 km (100 km)
Rzeka Piława (dopływ Gwdy)	Jez. Komorze – Nadarzyce – Szwecja – Czechyń – <u>Zabrodzie – Dobrzyca</u> • tylko około 10 km w woj. wielkopolskim	80 km (10 km)
Rzeka Dobrzyca (dopływ Piławy)	Nowa Wieś – Golce – Ostrowiec – <u>Tarnowo – ujście do Piławy</u> • tylko około 5 km w woj. wielkopolskim	50 km (5 km)
Rzeka Rurzyca, Szlak im. Jana Pawła II (dopływ Gwdy)	(<u>rez. Diabli Skok</u>) - Trzebieszki – lesn. Wrzosy – <u>Krępsko</u> • częściowo stanowi granicę między woj. wielkopolskim, a zachodniopomorskim	25 km (25 km)
Rzeka Głomia (dopływ Gwdy)	<i>Złotów – Krajenka – Skórka – Dobrzyca</i> • szlak niedostępny przy niskich stanach wód	50 km (50 km)
Rzeka Drawa (dopływ Noteci)	Czaplinek – Drawsko – Drawieński PN – <u>Stare Osieczno – Krzyż Wielkopolski</u> • rzeka stanowi granicę między woj. wielkopolskim i lubuskim; • na terenie Drawieńskiego PN obowiązuje zakaz pływania kajakiem od 15 marca do 30 czerwca)	180 km (25 km)
Rzeka Wełna (dopływ Warty)	<u>Jez. Wierzbiczańskie</u> – Janowiec Wielkopolski – <u>Wągrowiec - Rogoźno – Wełna – Jaracz Młyn – Oborniki</u> • około 25 km szlaku w okolicach Janowca Wlkp. znajduje się w woj. kujawko-pomorskim	115 km (90 km)
Rzeka Mała Wełna (dopływ Wełny)	<u>Skoki (jez. Budziszewskie) – Rogoźno</u>	15 km (15 km)
Rzeka Proсна (dopływ Warty)	Wieruszów – <u>Brzeziny – Grabów – Ołobok – Kalisz – Chocz – Nowa Wieś – Pyzdry</u>	150 km (125 km)
Rzeka Obra (dopływ Warty)	<u>Kopanica – Zbąszyń – Trzciel</u> – Międzyrzecz – Skwierzyna • szlak należy do Małej Pętli Wielkopolski (pokonywać go wtedy trzeba „pod prąd”)	150 km (45 km)
Szlak Konwaliowy	Przemęt – Wyspa Konwaliowa – Wieleń – Miastko – Boszkowo – Przemęt • szlak w postaci pętli z koniecznością przewozu kajaków między j. Brzeźnie a j. Krzywce	40 km
Rzeka Notec (odcinek w granicach województwa)	Nakło nad Notecią – <u>Osiek nad Notecią – Ujście – Czarnków – Krzyż Wlkp. – Drezdenko – Santok</u> • szlak należy do Wielkiej Pętli Wielkopolski	185 km (120 km)
Rzeka Warta (odcinek w granicach województwa)	Częstochowa – Uniejów – <u>Koło – Konin – Śrem – Poznań – Oborniki – Wronki – Międzychód</u> – Skwierzyna – Santok • szlak częściowo należy do Wielkiej i Małej Pętli	740 km (370 km)

	Wielkopolski	
--	--------------	--

źródło: opracowanie na podstawie materiałów kartograficznych i krajoznawczych

Turystyka kajakowa jest również sporadycznie uprawiana na mniejszych rzekach i ciekach takich jak Płynica, Łobzonka, Flinta, Struga Gołaniecka, Nielba, Głuszyna, Samica i inne, jednak w związku z ich parametrami (przepływ, głębokość, liczba przeszkód w nurcie) nie nadają się do zagospodarowania na szlaki kajakowe.

W kategorii szlaków żeglownych produktem markowym Wielkopolski jest Wielka Pętla Wielkopolski. Przebiega ona przez Wartę, Noteć, kanał Notecki i Ślesiński oraz jezioro Gopło (prawie 700 km długości). Dostosowana do ruchu jachtów motorowych, barek turystycznych; wymiary jednostek to 0,6 m zanurzenia, 4 m szerokości, 20 m długości (Szmidt 2013). Wzdłuż tego szlaku funkcjonuje zagospodarownie turystyczne w postaci przystani i marin. Funkcjonuje strona internetowa poświęcona tej trasie (www.wielka-petla.pl), aplikacja mobilna oraz szereg publikacji.

Północna część Wielkiej Pętli Wielkopolski pokrywa się z drogą wodną Wisła – Odra, która stanowić może szlak żeglugi śródlądowej dla turystów odbywających dłuższe wędrówki pomiędzy Europą Wschodnią i Zachodnią.

Podsumowując kwestię rozwoju szlaków turystycznych w Wielkopolsce, dobrym wydaje się pomysł, by pod opieką Samorządu Województwa znalazły się głównie najważniejsze szlaki, tworzące szkielet. Pozostałe powinny być pod opieką jednostek administracyjnych niższego rzędu, oddziałów PTTK, LOTów, LGDów czy Nadleśnictw. Ważne będzie również wypracowanie w skali województwa lub chociażby poszczególnych subregionów czy powiatów, systemu finansowania i zarządzania szlakami turystycznymi.

2.3.4.2 Szlaki kulturowe

Wśród szlaków i tras turystyki kulturowej województwa wielkopolskiego na szczególną uwagę zasługują ciągi o charakterze międzynarodowym i krajowym. Do najważniejszych szlaków tego typu zaliczyć należy Szlak Piastowski, Drogę św. Jakuba, Szlak Cysterski oraz Europejski Szlak Romański. Wśród szlaków o znaczeniu krajowym kluczową rolę pełni wspomniany już Szlak Piastowski, a także Szlak Bursztynowy i inne szlaki lokalne, takie jak Szlak Kościołów Drewnianych wokół Puszczy Zielonka, Wielkopolski Szlak Wiatraczny.

Najbardziej znanym wielkopolskim szlakiem kulturowym jest **Szlak Piastowski**, wyróżniony w 2012 roku Certyfikatem Polskiej Organizacji Turystycznej dla najlepszego produktu turystycznego. Jest to jeden z najpopularniejszych szlaków wiodący do miejsc związanych z okresem tworzenia się państwowości polskiej i okresem panowania dynastii Piastów. Trasa Szlaku Piastowskiego miała do tej pory kształt ósemki z punktem centralnym w Gnieźnie. W 2011 roku, na wniosek Starosty Gnieźnieńskiego, mającego świadomość niskiego poziomu autentyczności i spójności obiektów szlaku

w jego dotychczasowym przebiegu, Marszałkowie Województw Wielkopolskiego i Kujawsko-Pomorskiego powołali Radę Programowo-Naukową ds. Szlaku Piastowskiego, która obrała sobie za cel restytucję Szlaku. Najważniejszym efektem działań Rady (blisko trzydziestoosobowej grupy naukowców, samorządowców i specjalistów od turystyki), była znacząca zmiana przebiegu Szlaku Piastowskiego. Przeprowadzony przez grupę naukowców audyt historyczny doprowadził do wyznaczenia nowej przestrzeni Szlaku Piastowskiego w sensie geograficznym (dwie trasy przecinające się w Gnieźnie) i historycznym (do roku 1370, czyli do końca panowania dynastii Piastów). Wiązało się z wykreśleniem z trasy miejscowości, które nie miały i nie mają związku z Piastami. Szlak Piastowski ma obecnie charakter liniowy, z dwiema trasami przecinającymi się w Gnieźnie. Dzięki działaniom Rady dysponuje on również nowym logotypem i systemem identyfikacji wizualnej.

Do obiektów Szlaku Piastowskiego na terenie województwa wielkopolskiego zalicza się obecnie:

I. Obiekty gwarantowane (pozytywny wynik audytu historycznego i turystycznego):

- Lubiń - Opactwo benedyktyńskie
- Poznań
 - Ostrów Tumski z Archikatedrą i relikami palatium
 - Rezerwat Archeologiczny Genius Loci
 - Brama Poznania ICHOT (Interaktywne Centrum Historii Ostrowa Tumskiego)
 - Muzeum Archeologiczne
 - Multimedialna Makieta Grodu Poznańskiego
 - Trasa miejska: Trakt Królewsko-Cesarski
- Grzybowo k. Wrześni - Ekspozycja grodu z częściową rekonstrukcją in situ
- Pobiedziska - Gród Pobiedziska: ekspozycja machin wojennych
- Ostrów Lednicki
 - Relikty palatium z wystawą plenerową na wyspie
 - Ekspozycja muzealna w Dziekanowicach
- Gniezno
 - Archikatedra Wnieb. NMP i św. Wojciecha
 - Muzeum i Archiwum Archidiecezjalne
 - Muzeum Początków Państwa Polskiego
 - Kościół i klasztor Franciszkanów
- Trzemeszno - Bazylika Wniebowzięcia NMP
- Giecz - Rezerwat Archeologiczny z muzeum
- Łąd nad Wartą - Kompleks dawnego opactwa cysterskiego

Na mocy porozumienia samorządowego w sprawie koordynacji Szlaku Piastowskiego na terenie województwa wielkopolskiego, zawartego 22 października 2014 roku pomiędzy:

- Województwem Wielkopolskim,
- powiatami: gnieźnieńskim, kościańskim, poznańskim, słupeckim, średzkim, wągrowieckim, wrzesińskim ,
- gmina miejskimi: Kaliszem, Koninem, Gniezmem, Wągrowcem,
- gminami miejsko-wiejskimi: Kłeckiem, Krzywiniem, Pobiedziskami, Pyzdrami, Trzemeszmem, Wrześnią,
- gminami wiejskimi: Dominowem, Łądkiem, Łubowem, Wągrowcem,

oraz listu intencyjnego podpisanego przez Miasto Poznań, wyłoniony został koordynator wielkopolskiej części szlaku. Będzie to kluczowa osoba lub instytucja, odpowiedzialna m.in. za współpracę z poszczególnymi obiektami, pakietyzację szlaku, kontakty z mediami i ewentualnymi sponsorami. Taki model zarządzania jest w Polsce bardzo mało znany, jednak doskonale sprawdza się w Europie. Funkcjonowanie koordynatora będzie możliwe dzięki finansowemu wsparciu wszystkich samorządów znajdujących się na szlaku.

Odreštaurowany w ten sposób Szlak Piastowski może – ze względu na swe walory historyczne i kulturowe – predysponować do rangi wiodącego produktu turystycznego o randze międzynarodowej. Obok niewątpliwego znaczenia dla kształtowania się tożsamości narodowej i historycznej Polaków jest on świadectwem europejskiego dziedzictwa kulturowego w Wielkopolsce. Stanowi tym samym istotny element europejskiej jedności kulturowej. Z tego też względu za zasadne wydaje się podjęcie starań w celu wpisania trzech wybranych obiektów szlaku na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO. Są to: Ostrów Tumski z Archikatedrą i relikiami palatium w Poznaniu, Relikty palatium na Ostrowie Tumskim oraz Archikatedra WMP i św. Wojciecha w Gnieźnie.

Rada Europy już w 1986 r. uznała **Drogi św. Jakuba** za najważniejszy szlak kulturowy Kontynentu i zachęcała poszczególne osoby, jak i władze regionów do odtwarzania dawnych szlaków pątniczych. Kilka lat później z Francji piesi pielgrzymi wyruszyli do Santiago de Compostela, a w 1995 odtworzony został pierwszy odcinek szlaku w Niemczech, nieco później w Szwajcarii oraz w krajach Beneluksu. W Polsce pierwsza Droga Świętego Jakuba została wytyczona na Dolnym Śląsku, dzięki staraniom Bractwa Świętego Jakuba z Jakubowa koło Głogowa. Jej uroczyste otwarcie nastąpiło w 2005 r. W Wielkopolsce pierwsze charakterystyczne tabliczki z muszlą i krzyżem pojawiły się już w 2006 r. Oznakowano nimi południowy fragment szlaku pątniczego. Wielkopolska Droga św. Jakuba z Mogilna do Gniezna stanowi aktualnie fragment dłuższej trasy prowadzącej ze Śląska przez Poznań i Gniezno do Torunia i Olsztyna. Odtworzone odcinki: dolnośląski i wielkopolski stanowią fragment

historycznego traktu handlowo-pielgrzymkowego z północy na południe tj. z Wielkopolski przez Łużyce do stolicy Czech – Pragi. Na terenie Wielkopolski wytyczono także inny odcinek, wchodzący w skład tzw. Lubuskiej Drogi św. Jakuba. Prowadzi ona ze Słubic m.in. przez Międzyrzecz, Międzychód, Sieraków, Szamotuły i Oborniki do Murowanej Gośliny, gdzie trasa łączy się z tzw. odcinkiem wielkopolskim. W 2012 r. otwarto Nadwarciańską Drogę św. Jakuba, wykorzystującą część wcześniej oznakowanych pieszych i rowerowych szlaków turystycznych. Trasa wiedzie wzdłuż Warty oraz przez obszar dwóch parków krajobrazowych: Nadwarciańskiego PK i Żerkowsko-Czeszewskiego PK. Szlak zaczyna się w Łądzie nad Wartą, gdzie znajduje się dawny klasztor cysterski (obecnie salezjański), a kończy się w miejscowości Lubiń, przy klasztorze Ojców Benedyktynów.

Szlak Cysterski obejmuje obiekty związane z religijną i kulturotwórczą działalnością utworzonego w 1098 r. zakonu cystersów. Powołany decyzją Rady Europy szlak jest świadectwem kształtowania się w epoce średniowiecza cywilizacji łacińskiej. Na szlaku leżą następujące miejscowości województwa: Kaszczor, Łąd, Łekno, Obra, Ołobok, Owińska, Przemęt, Tarnowo Podgórne, Wągrowiec, Wieleń Zaobrzański. W regionie wyznaczono również Cysterski Szlak Rowerowy liczący 143 km. Szlak rozpoczyna się w Poznańskim Węźle Rowerowym i prowadzi m.in. przez Wierzenicę, Mielno, Owińska, Kamińsko, Zielonkę, Głębozec, Dąbrówkę Kościelną oraz Rejowiec. Kolejne miejscowości na szlaku to Antoniewo, Lechlin, Wągrowiec, Tarnowo Pałuckie, Łekno, Bracholin i Popowo Kościelne.

Europejski Szlak Romański to ponadregionalne trasy kulturowe powstające nie tylko na obszarze Polski, ale również Niemiec, Austrii, Włoch, Słowenii, Francji i Hiszpanii. W Polsce Szlak Romański został zainicjowany w 1999 roku, przybliżając kontekst polsko-niemiecko-francuski, na 1000-lecie zjazdu Gnieźnieńskiego - historycznego spotkania między Ottonem III a Bolesławem Chrobrym. Łączy on miejscowości o tzw. przeszłości romańskiej, m.in. Gniezno, Kałdus, Kraków, Kruszwicę, Siewierz, Sulejów, Strzelno, Tum. Szlak biegnie kilkoma równoległymi trasami, które przeplatają się i łączą. Na terenie województwa wielkopolskiego, oprócz atrakcji turystycznych Gniezna, jako jeden z bardziej istotnych punktów szlaku, wymienić należy Muzeum Pierwszych Piastów na Ostrowie Lednickim. To właśnie na wyspie jeziora Lednica, znajdują się pozostałości wczesnośredniowiecznego grodu z czasów panowania polskich władców z dynastii piastowskiej. Unikatowym przykładem wczesnoromańskim jest w tym miejscu kaplica pałacowo-sakralna z pierwszej połowy X wieku.

Szlak Bursztynowy - dokładny historyczny przebieg szlaku nie został do dziś jednoznacznie określony. Uznaje się, że zaczynał się on w Akwilei nad Adriatykiem, jednym z rzymskich centrów rzemieślniczych (obecnie na liście UNESCO). Wiadomo, że szlak wiódł początkowo przez Bramę Morawską, następnie skręcał na północ i przez Śląsk, wschodnią Wielkopolskę oraz Kujawy (brodem przez Wisłę w Otłoczynie koło Torunia) prowadził nad Bałtyk. Z dużym prawdopodobieństwem

można przyjąć, że główna trasa szlaku, poczynając od przełomu tysiącleci biegła z Wiednia (Vindobony) przez Brno, Kłodzko, Wrocław, Kalisz (Calisię/Kalisię), Konin (Setidawę), Bydgoszcz i Świecie do Gdańska. Warianty przebiegu szlaku rekonstruowane są na podstawie wzmianek starożytnych pisarzy, ale głównie dzięki wynikom badań archeologicznych. Do tradycji tej nawiązuje Bursztynowy Szlak Rowerowy, należący do Wielkopolskiego Systemu Szlaków Rowerowych.

Wyżej opisane trasy turystyczne zaliczyć należy do grupy tzw. szlaków tematycznych, które na turystycznej mapie regionu traktować należy raczej jako pewnego rodzaju „wykaz” atrakcji turystycznych, czy też jako propozycję produktu turystycznego, aniżeli elementy zagospodarowania *sensu stricto*. Szczególną formą takiego rodzaju szlaku jest jeden z produktów turystycznych Poznania - **Trakt Królewsko-Cesarski**.

Według wyników badań polskiego rynku turystycznego przeprowadzonych przez zachodnioeuropejskich touroperatorów, Poznań należy do grupy pięciu miast – obok Warszawy, Krakowa, Gdańska i Wrocławia – które posiadają największe szanse w kształtowaniu ogólnopolskiego, a nawet europejskiego sektora turystyki kulturowej. Dla nich też Generalny Konserwator Zabytków zaproponował przygotowanie traktów królewskich. W przypadku Poznania indywidualność tego założenia podkreślono drugim członem nazwy, tworząc (nawiązujący do historii, tej jednostki osadniczej) Trakt Królewsko-Cesarski.

Oferta Traktu Królewsko-Cesarskiego składa się z czterech głównych warstw tematycznych, które poprzez hasłowe uszczegółowienie podkreślają specyfikę Poznania:

1/ „Trakt historii”- związany z hasłami

- „Tu się Polska zaczęła...” (odwołanie do początków państwowości i chrześcijaństwa na ziemiach polskich);
- „...i tu Polska przetrwała” (propagowanie wiedzy o roli poznaniaków w walce o niepodległość i tożsamość narodową);

2/ „Trakt zabytków architektury”- program uszczegółowiony hasłem: „Tak budował się Poznań – Trakt pracy i piękna” (wątek zwracający uwagę na wyjątkową czytelność poszczególnych etapów rozwoju przestrzennego i architektonicznego miasta);

3/ „Trakt artystyczny (kulturalny)” - podkreśla obecność na Trakcie wielu instytucji kultury i sztuki, które uzupełniają jego ofertę turystyczną, warunkując:

- „Kulturalne inspiracje - Trakt tętniący życiem (kulturalnym)...”
- „Rozrywkowe/Kulturalne TRAKTowanie”

4/ „Trakt tradycji wielkopolskich”- odwołuje się do lokalnych zwyczajów, gwary, tradycji i wartości:

- „Nie tylko pyry z gzikiem”
- „Dobra strawa i zabawa”.

Poznanie wybranych atrakcji Traktu, w szczególności jego zabytków, może ułatwić turystyce specjalna linia tramwajowa nr 17.

Wielkopolski Szlak Wiatraczny to trasa prezentująca lokalne zabytki techniki. Trasa szlaku biegnie przez obszar województwa wielkopolskiego i prezentuje 50 zabytkowych obiektów. Większość zabytków zgromadzonych przy trasie pochodzi z końca XVII i początków wieku XIX. Rozlokowane są one między innymi w miejscowościach takich jak: Rydzyna (początek trasy, znajduje się tam największy i najokazalszy wiatrak „Józef”), Osieczna, Śmigiel, Leszno, Kościan, Krzywiń czy Izbice (ostatnia miejscowość na szlaku, gdzie znajduje się wiatrak numer 50).

W dobie rosnącej informatyzacji polskiego społeczeństwa oraz gwałtownego wzrostu dostępności mobilnych urządzeń z dostępem do Internetu, za szczególną formę kształtowania wiedzy turysty oraz ukierunkowywania jego zachowań przestrzennych uznać należy te szlaki, które nie zostały jeszcze realnie oznakowane w terenie. Są to najczęściej tematyczne szlaki turystyczne, których atrakcje zostały „spięte” wirtualną trasą zwiedzania.

W odniesieniu do terenu aglomeracji poznańskiej na portalu prowadzonym przez Wojewódzką Bibliotekę Publiczną i Centrum Animacji Kultury w Poznaniu (www.regionwielkopolska.pl) proponowane są turystom m.in. wycieczki trasami szlaków: Baroku (199 km), Ludzi muzyki (88 km), Ludzi pióra (196 km), Mazurka Dąbrowskiego (142 km), Napoleona (150 km), Noblistów (187 km), Poczty konnej (190 km), Powstania Wielkopolskiego (Trasa 1 — Frontu Południowego: 355 km, Trasa 2 — Frontu Południowo: 241 km, Trasa 3 — Frontu Zachodniego: 230 km, Trasa 4 — Frontu Północnego: 227 km), Sławnych Wielkopolanek (181 km), Twierdzy Poznań, Wielkopolskich legend (pętla poznańska) oraz Wiosny Ludów (173 km).

Z punktu widzenia kształtowania atrakcyjności turystycznej, przez tego rodzaju trasy turystyczne należy zwrócić uwagę na ich dalszą potencjalną rolę w kształtowaniu realnych elementów tradycyjnej infrastruktury turystycznej, w tym również zagospodarowania turystyczno-rekreacyjnego małych jednostek osadniczych. Forma szlaku wirtualnego traktowana może być bowiem jako pierwszy etap kreacji rzeczywistych form zagospodarowania terenu oraz skanalizowania (uporządkowania) ruchu turystycznego już w fazie wprowadzającej funkcje turystyczne na zainteresowany ich rozwojem obszar. W przypadku szlaków turystycznych efektem tego rodzaju działań, na dalszych etapach rozwoju, może być osiągnięcie ich najbardziej korzystnych form przestrzennych, tj. układów zamkniętych lub sieciowych. Zmiany tego typu można zaobserwować chociażby w przypadku **Szlaku Kościołów Drewnianych wokół Puszczy Zielonka**.

Należy podkreślić, że większość wyżej przedstawionych wirtualnych szlaków tematycznych wykracza poza granice samej aglomeracji poznańskiej. W rzeczywistym aspekcie ich funkcjonowania niezbędna jest więc przyszła współpraca szerszej grupy jednostek lokalnych.

Ze względu na szczególne walory przyrodniczo-krajobrazowe za atrakcyjne dla realizacji form turystyki aktywnej uznać należy trasy turystyczne wytyczone w granicach Wielkopolskiego Parku Narodowego, wykorzystywane w trakcie organizacji wypoczynku przez mieszkańców Poznania oraz mieszkańców jednostek osadniczych graniczących z tym obszarem chronionym - m.in.: Lubonia, Mosiny, Puszczykowa, czy Puszczykówka. Wymienić należy wśród nich m.in.:

- Trasę im. prof. Adama Wodziczki (długość: 9,5 km; przebieg: Osowa Góra - jez. Kociołek - jez. Skrzynka - jez. Góreckie - Osowa Góra),
- Trasę *Szlak Kosynierów* (długość: 8 km; przebieg: Osowa Góra - jez. Kociołek - jez. Góreckie - Jezioro – Puszczykówko),
- Szlak im. F. Jaśkowiaka (przebieg Puszczykówko- Głaz F.Jaśkowiaka),
- Trasę im. Cyryła Ratajskiego (długość: 13 km; przebieg: Mosina - jez. Kociołek - Górka - jez. Łódzko - Dymaczewskie - jez. Witobelskie – Stęszew),
- Trasę im. Bernarda Chrzanowskiego (długość: 12 km; przebieg: Puszczykowo - Jarosławiec – Puszczykówko).

Wymienione trasy zostały wyznaczone na wybranych odcinkach pięciu szlaków turystycznych przebiegających przez Park Narodowy. Jeden z nich - czerwony szlak turystyczny ma swoją kontynuację na obszarze Rogalińskiego Parku Krajobrazowego (receptyjny obszar wypoczynku mieszkańców Mosiny, Rogalina, Rogalinka i Kórnik). Ponadto, przez rekreantów wykorzystywany może być również śródleśny zielony szlak turystyczny Rogalinek - Wiórek. W świetle wyników oceny środowiska przyrodniczego Wielkopolskiego Parku Narodowego dla potrzeb turystyki krajoznawczej (Matuszewska 2003) przebieg szlaków turystycznych tego obszaru jest w znacznej mierze dostosowany do jego predyspozycji w tym zakresie. Mimo, że atrakcyjność poszczególnych odcinków tras jest zróżnicowana, w ujęciu ogólnym, szczególnie dzięki naturalnym komponentom środowiska przyrodniczego (długość linii brzegowej i typ sąsiedztwa jezior, rzeźba terenu) cechują się one znacznymi walorami rekreacyjnymi (szczególnie szlak czerwony i niebieski). Odcinki najmniej atrakcyjne występują przede wszystkim na obszarach użytkowanych rolniczo, a ich przebieg często wynika z układu lokalnych dróg dojazdowych do wiejskich jednostek osadniczych.

2.3.5 Obiekty sportowe o funkcji turystyczno – rekreacyjnej

Charakterystyka infrastruktury sportowej o funkcji turystyczno -rekreacyjnej województwa wielkopolskiego została opracowana na podstawie materiału udostępnionego przez Departament Sportu i Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego w Poznaniu: „Podstawowe obiekty sportowe” funkcjonujące na terenie województwa wielkopolskiego, w układzie

powiatowo-gminnym, w województwie wielkopolskim (stan na 30.12.2013 r.) oraz opracowania „Obiekty sportowe funkcjonujące na terenie Wielkopolski-rok 2014”.

Do obiektów sportowych w województwie wielkopolskim o funkcji turystyczno-rekreacyjnej należy zaliczyć: Tor Regatowy Malta w Poznaniu, infrastrukturę Aeroklubu Leszczyńskiego i Aeroklubu Ostrowskiego, Tor Poznań (samochodowy i motocyklowy tor wyścigowy). Do innych obiektów o funkcji sportowo-rekreacyjnej w województwie wielkopolskim należą: skate parki, ściany wspinaczkowe, sztuczne lodowiska, kręgielnie, obiekty do gry w squasha, ścianki wspinaczkowe, hipodromy z krytymi ujeżdżalniami, tory speedrowerowe, parki linowe, pola golfowe, tory saneczkowe, skocznia narciarska (tab. 27)

Tab. 27 Inne obiekty sportowo-rekreacyjne w województwie wielkopolskim.

Wyszczególnienie	Liczba obiektów	Lokalizacja
Skate Park	12	Buk, Czerwonak, Gniezno, Grodzisk Wlkp, Krotoszyn, Leszno (Skate Plaza) Okonek, Ostrów Wlkp, Pleszew, Pobiedziska, Poznań, Tarnowo Podgórne
Ściany wspinaczkowe	11	Czerwonak, Gniezno, Komorniki, Ostrów Wlkp, Piła (3), Poznań (2), Trzemeszno (2)
Sztuczne lodowiska zadaszone	9	Poznań („Chwiałka” 60 x 30 m) – trwale zadaszone, Zadaszone sezonowo – Kościan, Poznań (2), Śrem, Tarnowo Podgórne, Wągrowiec, Września, Złotów
Kręgielnie	9	Gostyń – kryta 4 tory, Konin – kryta 4 tory, Leszno – kryta 4 tory, Ostrów Wlkp. – kryta 2 tory, Pleszew – kryta 2 tory, Poznań „Czarna Kula” – kryta 4 tory, Poznań „NICU” (bowling), Wronki – 4 tory, Zduny – kryta 2 torowa - bowling,
Squash	8	Poznań (5), Śrem (2), Zaniemyśl
Hipodromy z krytymi ujeżdżalniami	4	Leszno, Poznań, Racot, Jaszkowo
Tor speedrowerowy	4	Gniezno, Leszno, Rawicz, Września
Park linowy	5	Ostrów Wlkp, Leszno – (prywatny), Kobylnica – Swarzędz (prywatny), Ślesin (prywatny), Kleczew (Park Rekreacji i Aktywności Fizycznej)
Pole golfowe	4	Kalisz, Poznań (2), Golina Kolonia
Tor saneczkowy	2	Chodzież, Poznań
Stoki narciarskie	2	Chodzież, Poznań – sztuczny
Skocznia narciarska	1	Czarnków

Źródło: A. Wojtyś, Obiekty sportowe Wielkopolski, stan październik 2014, materiały Departament Sportu i Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego w Poznaniu

Do obiektów rekreacyjnych, w rozumieniu wyodrębnionej przestrzeni geograficznej umożliwiającej uprawianie turystyki pieszej, rowerowej, konnej i wodnej oraz towarzyszących jej urządzeń terenowych, zaliczyć można również szlaki turystyczne piesze i rowerowe, ośrodki jeździeckie i szlaki konne oraz szlaki i przystanie wodne. Analiza wymienionych szlaków i urządzeń została przedstawiona w rozdz. 2.3.4.

Analizę funkcjonujących ośrodków jeździeckich przeprowadzono w oparciu o materiały informacyjno-promocyjne Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej oraz informacje nadesłane przez

jednostki samorządu terytorialnego (stan na 01.07.2014). Przygotowane na tej podstawie zestawienie ma charakter rozpoznawczy.

Do powiatów, w których zlokalizowane są ośrodki jeździeckie można zaliczyć: gnieźnieński (15), poznański (11), śremski (8), ostrzeszowski (7), czarnkowsko-trzcianecki (7), m. Poznań (7), koniński (6), międzychodzki (6), wrzesiński (5), gostyński (4), ostrowski (4), wolsztyński (4), szamotulski (4), śremski (4), chodzieski(3), leszczyński (3), nowotomyski (3), rawicki (3), kościański (2), krotoszyński (2), obornicki (2), słupecki (2), grodziski (1), średzki (1), m. Konin (1).

Rekreacyjną funkcję akwenów wodnych województwa wielkopolskiego urzeczywistnia 14 szlaków kajakowych oraz projekt Wielkiej Pętli Wielkopolski, realizowany przez Wielkopolską Organizację Turystyczną (patrz rozdz. 2.3.4.1.4).

Na podstawie analizy materiału informacyjnego Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej oraz informacji nadesłanych przez jednostki samorządu terytorialnego (stan na 01.07.2014) uzyskano wstępne wyniki rozpoznawcze w zakresie przystani wodnych w wybranych powiatach Wielkopolski. Do powiatów, na obszarze których występują przystanie wodne zaliczyć można m.in.: gnieźnieński (10), koniński (8), śremski (6), poznański (4), wolsztyński (4), nowotomyski (4), wrzesiński (3), międzychodzki (3), m. Kalisz (2), m. Konin (2), szamotulski (2), obornicki (2), grodziski (1), jarociński (1), słupecki (1), średzki (1), kolski (1).

Tab. 28 Przystanie, pomosty i miejsca do biwakowania nad Wartą.

Powiat	Przystanie i miejsca do biwakowania
kolski	– Koło - przystań wodna z basenem portowym
koniński	– Sławsk – miejsce do postoju, prywatne pomosty
m. Konin	– Konin – Bulwary Nadwarciańskie – Konin – Koniński Klub Kajakowy i Sportów Wodnych
międzychodzki	– Sieraków – przystań wodna – Międzychód – przystań wodna w Starym Porcie Międzychodzkiego Towarzystwa Turystyki i Sportów Wodnych – Międzychód – prywatna stacja kajakowa – Międzychód – przystań przy „Starym Moście” – Chorzepowo – Przystań Agrokeya
obornicki	– Stobnica – Przystań „U Agnieszki i Macieja” – Oborniki – Przystań Kowale
poznański	– Rogalinek – Przystań Jana Pawła II – Rogalinek – Przystań Klubu „UKS Kotwica” – Czerwonak – Przystań Akwen Marina Czerwonak – Mściszewo – Przystań Binduga – Puszczykowo – przystań
m. Poznań	– Poznań – Przystań Poznański Klub Motorowodny LOK
słupecki	– Marina Łąd – basen portowy dla jachtów i łodzi motorowych – Ratyń przystań – pomosty dla kajakarzy
średzki	– Nowe Miasto nad Wartą - Marina „Pod Czarnym Bocianem” – Nowe Miasto nad Wartą – przystań strażnicy wodnej i WOPR
śremski	– Śrem – Marina Śrem, Stowarzyszenia „Wodniacy Śrem” – Śrem – Przystań Nadzoru Wodnego – Gogolewo – pomost pływający

	– Jaszkowo – przystań wodna Centrum Hipiki Jaszkowo
śremski	– Kotowo – pomost pływający i pole namiotowe „Biały Gościńiec”
szamotulski	– Wronki – przystań wodna – Wronki – Przystań Rzeczna „Na skarpie” – Zielonagóra – przystań kajakowa
wrzesiński	– Dłusk – gminna przystań kajakowa – Pyzdry – Przystań Wodna Towarzystwa Turystyki Wodnej „Perkoz” – Nowa Wieś Podgórna – Pogorzelica, na lewym i prawym brzegu pomosty dla kajakarzy – Czeszewo – pomost – Orzechowo – pomost

Źródło: www.wielka-petla.pl

W województwie wielkopolskim należy też odnotować występowanie specjalistycznych przystani wodnych o łącznej liczbie 41, w tym 6 przystani kajakowych, 6 przystani wioślarskich i 29 przystani żeglarskich (tab. 29)⁶⁶.

Tab. 29 Przystanie wodne specjalistyczne w województwie wielkopolskim.

Wyszczególnienie	Liczba przystani	Lokalizacja
Przystanie kajakowe	6	Poznań (4) („Malta”, KS Energetyk”, KS „Warta” KS „Posnania”, Jerzykowo (Pobiedziska), Pamiętkowo (Szamotuły),
Przystanie wioślarskie	6	Kalisz (2 x KTW), Poznań (3) „KW 04, TW „Tryton”, „Malta”, Opatówek (jez. Szałe)
Przystanie żeglarskie	29	Chodzież (5), Dobra , Kórnik (2), Krotoszyn , Margonin , Mosina , Murowana Goślina , Niałek (Wolsztyn), Lądek , Poznań - Kiekrz (9) AZS, HKŻ, JKW, Pocztowiec, LOK, KS „Posnania”, KŻ Szkwaf. ŻŁKS, ŻMKS Rogoźno , Swarzędz , Trzcianka , Wągrowiec (2), Zbąszyń

Źródło: A. Wojtyś, Obiekty sportowe Wielkopolski, stan październik 2014, materiały Departamentu Sportu i Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego w Poznaniu

2.3.6 Informacja turystyczna

W ciągu ostatnich lat dostępność usług informacji turystycznej na obszarze województwa wielkopolskiego znacząco się zwiększyła. Jest to efektem realizacji przez Wielkopolską Organizację Turystyczną projektu „System Informacji Turystycznej w Wielkopolsce”, współfinansowanego przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2007 – 2013. Przedmiotem projektu było stworzenie zintegrowanego Systemu Informacji Turystycznej w Wielkopolsce poprzez zainstalowanie i utrzymanie sieci infokiosków internetowych, turystycznych tablic informacyjnych oraz turystycznych znaków drogowych. Całkowity koszt projektu wyniósł ponad 1,5 mln zł. Pierwsze infokioski na terenie

⁶⁶ A. Wojtyś, Obiekty sportowe wielkopolski, op.cit.

Wielkopolski uruchomiono w maju 2011 roku. Urządzenia te tworzą stanowią zintegrowaną sieć, połączoną poprzez System Informacji Turystycznej zarządzany przez WOT. Dzięki takiemu rozwiązaniu, turysta korzystający z danego infokiosku posiada dostęp nie tylko do bazy okolicznych obiektów turystycznych, punktów informacji turystycznej, restauracji i miejsc noclegowych, ale również do bazy obiektów z całej Wielkopolski, a informacje są dostępne w trzech wersjach językowych (polskiej, angielskiej i niemieckiej) i na bieżąco aktualizowane. Infokioski wyposażono także w szereg dodatkowych funkcji, m.in. umożliwiają one turystom dostęp do internetu (Wi-Fi), odczyt kodów QR, a dzięki kamerze wbudowanej w urządzenie turysta może wysłać swoje zdjęcie (film). Korzystanie z urządzeń jest proste, niejako intuicyjne, posiadają one również udogodnienia dla osób niepełnosprawnych (np. opcję regulacji wysokości czy syntezy mowy).

Aktualnie, w Wielkopolsce funkcjonuje 17 stacjonarnych, skategoryzowanych jednostek informacji turystycznej oraz 46 infokiosków zlokalizowanych na obszarze całego regionu. Koordynacja całego systemu informacji turystycznej na obszarze województwa jest jednym ze statutowych zadań Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej (WOT). Od 2010 punktom informacji turystycznej w Wielkopolsce przyznawane są kategorie: czterech, trzech, dwóch i jednej gwiazdki. W wyniku ostatniego procesu certyfikacji, który odbył się w 2014 roku, sześciu punktom przyznano kategorię 4*, trzem – 3*, sześciu – 2* oraz dwóm – 1*.

Tab. 30 Certyfikowane punkty informacji turystycznej w Wielkopolsce

Punkty informacji turystycznej	Kategoria
Centrum Informacji Miejskiej Arkadia Poznań	4*
CIM filia Lotnisko Ławica Poznań	4*
Centrum Informacji Turystycznej w Kaliszu	4*
Gminny Ośrodek Informacji w Nowym Tomyślu	4*
Centrum Informacji Turystycznej Stary Rynek Poznań	4*
Gminne Centrum Informacji w Wolsztynie	4*
Informacja Turystyczna w Lesznie	3*
Powiatowe Centrum Informacji Turystycznej w Gnieźnie	3*
Centrum Informacji Turystycznej w Koninie	3*
CIM filia Dworzec Główny Poznań	2*
CIM filia MTP Poznań	2*
Muzeum Miasta Turku – punkt informacji turystycznej	2*
Jarocińskie Centrum Informacji o Regionie	2*
Centrum Informacji EKOinfo w Puszczykowie	2*
Unia Gospodarcza Regionu Śremskiego - Śremski Ośrodek Wspierania Małej Przedsiębiorczości	2*
Regionalne Centrum Kultury – Fabryka Emocji w Pile	1*
OLANDIA – punkt informacji turystycznej	1*

Źródło: Wielkopolska Organizacja Turystyczna

Zakres działania, struktura organizacyjna oraz sposób finansowania poszczególnych placówek informacji turystycznej są zróżnicowane. Większość z nich jest podporządkowana samorządom

miejskim/gminnym oraz lokalnym organizacjom turystycznym. Największa liczba turystów korzysta z usług informacji turystycznej w Poznaniu - CIT Stary Rynek, CIM Arkadia i filia na dworcu PKP pomiędzy czerwcem a wrześniem każdego roku obsługują ponad 1000 osób dziennie (ok. 200 tys. osób rocznie). Obok turystów polskich, najwięcej jest klientów z Niemiec, Wielkiej Brytanii, Hiszpanii i Francji. Liczba turystów korzystających z punktów zlokalizowanych w regionie jest mniejsza, waha się od kilkuset do kilku tysięcy rocznie.

W październiku 2009 roku Wielkopolska Organizacja Turystyczna uruchomiła internetowy turystyczny serwis regionalny www.wielkopolska.travel. Serwis ten, dostępny w 5 wersjach językowych (polska, angielska, niemiecka, rosyjska i holenderska), prezentuje główne atrakcje turystyczne Wielkopolski oraz dostarcza informacji o usługach turystycznych i uzupełniających dostępnych w regionie (noclegi, gastronomia, transport, muzea, wydarzenia, kantory itp.)⁶⁷.

Informacja turystyczna udostępniana jest turystom także w formie wydawnictw o charakterze informacyjno-promocyjnym. Łączny nakład takich wydawnictw przygotowanych przez WOT wyniósł w latach 2008-2014 ponad 1.200.000 tys. egzemplarzy w 4 wersjach językowych.

Od 2007 roku realizowane są projekty związane z wykorzystaniem najnowszych technologii dla potrzeb informacji turystycznej. Pilotowany przez Urząd Marszałkowski projekt GPSwielkopolska był pierwszym w kraju. Rezultatem projektu są mobilne przewodniki dla rowerzystów, turystów zmotoryzowanych czy wodniaków.

Dodatkowo, w Poznaniu usługi informacji turystycznej świadczy Biuro Obsługi Ruchu Turystycznego PTTK na Starym Rynku, jak również większość wielkopolskich hoteli.

2.3.7 Usługi towarzyszące (wybrane rodzaje działalności paraturystycznej – kina, teatry, służba zdrowia)

Pojęcie bazy towarzyszącej jest szerokie i niejednoznaczne. Mimo znacznego rozwoju badań w zakresie zagospodarowania turystycznego, zaznacza się brak jednoznacznych i nie budzących kontrowersji ustaleń terminologicznych dotyczących tego określenia. We współczesnej literaturze turystycznej spotyka się najczęściej dwa pojęcia o zbliżonym znaczeniu – baza towarzysząca i usługi paraturystyczne. Pojęcia te, chociaż często traktowane są rozdzielnie, posiadają jednak wiele elementów wspólnych i przez wielu autorów stosowane są zamiennie lub jako jedna kategoria⁶⁸.

W niniejszej diagnozie usługi paraturystyczne i towarzyszące traktuje się jako jedną, szeroką kategorię, przy czym jako podstawowy i najbardziej adekwatny zastosowano termin: „usługi towarzyszące”, obejmujący urządzenia niezbędne turystom dla realizacji celu wyjazdu turystycznego

⁶⁷ w serwisie nie są ujęci wszyscy gestorzy usług turystycznych

⁶⁸ J. Kaczmarek i in. 2005, Rogalewski O. 1974, Gaworecki W. 2003, Kurek W. i MikaM., 2007, Płocka J.2002, Kowalczyk A., Derek M. 2010

(biura podróży, usługi przewodnickie, informacja turystyczna, urządzenia sportowo-rekreacyjne, urządzenia kulturalne i rozrywkowe, usługi medyczne, bankowe oraz wybrane placówki handlowe). Dalsza analiza odnosi się jednak tylko do wybranych rodzajów usług. Szczegółowa charakterystyka obejmuje usługi kulturalne, medyczne oraz duże obiekty (centra) handlowe. Z uwagi na trudności z zebraniem wiarygodnych i porównywalnych danych pomija się mniejsze placówki handlowe i rzemieślnicze.

Szczególne miejsce wśród usług towarzyszących związanych z szeroko rozumianą kulturą zajmują placówki muzealne i galerie sztuki, które faktycznie stanowią równocześnie walory turystyczne obszaru, a także teatry i instytucje muzyczne, kina stałe oraz biblioteki publiczne.

Wg danych statystycznych w 2012 r (Rocznik Statystyczny Województwa Wielkopolskiego 2013) w województwie wielkopolskim funkcjonowały 83 muzea i oddziały muzealne. Notuje się w tym zakresie niewielki wzrost w porównaniu do roku 2005, kiedy to w województwie działało 79 tego typu obiektów. Łączna liczba muzealiów zgromadzonych w wielkopolskich placówkach muzealnych wynosiła 745,8 tys. (dla porównania w roku 2005 – 705,1).

Tab. 31 Placówki muzealne w województwie wielkopolskim w układzie subregionów i powiatów w 2012 r.

Wyszczególnienie (subregion, powiat)	Muzea i oddziały muzealne	Muzealia	Wystawy czasowe	Zwiedzający
Województwo	83	745806	350	2187333
Subregion kaliski	18	115399	70	146513
miasto Kalisz	3	40225	6	33480
jarociński	2	4122	18	18139
kaliski	2	12825	6	18912
kępiński	1	9044	6	1087
krotoszyński	3	9581	7	4696
ostrowski	3	26668	9	21215
ostrzeszowski	1	8608	7	6176
pleszewski	3	4326	11	42808
Subregion koniński	11	95932	50	193340
miasto Konin	1	32817	16	13943
gnieźnieński	3	47639	6	137428
kolski	2	3769	4	21859
koniński	1	-	-	3005
słupecki	1	2690	5	2602
turecki	1	2297	9	8170
wrzesiński	2	6720	10	7333
Subregion leszczyński	12	29425	71	103479
miasto Leszno	1	8785	9	16161
gostyński	2	2624	12	6419
grodziski	1	-	5	26142
kościański	1	7708	2	6404
leszczyński	-	-	-	-
międzychodzki	2	2241	13	14623

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

nowotomyski	3	1554	7	7635
rawicki	1	3118	10	3295
wolsztyński	1	3395	3	22800
Subregion pilski	7	47149	53	42969
chodzieski	1	-	-	-
czarnkowsko- trzcianecki	-	14801	16	4076
pilski	2	22027	22	31271
wągrowiecki	3	3628	15	4570
złotowski	1	6693	-	3052
Subregion poznański	17	80293	67	1435624
obornicki	2	8162	5	11527
poznański	10	74443	27	1387492
szamotulski	2	16626	16	17488
średzki	2	1506	10	15279
śremski	1	10253	9	3838
Subregion m. Poznań	18	377608	39	264408

Źródło: Rocznik statystyczny: Województwo wielkopolskie 2013. Podregiony – powiaty – gminy. Urząd Statystyczny w Poznaniu, Poznań 2013.

Największa liczba placówek muzealnych przypadła na miasto Poznań (18 placówek), w których znajdowało się łącznie 377.608 eksponatów tj. ponad 50% wszystkich muzealiów w województwie. 18 placówek przypadło na subregion kaliski, w tym miasto Kalisz oraz powiaty krotoszyński, ostrowski i pleszewski po 3 placówki, powiaty jarociński i kaliski po 2 placówki oraz kępiński i ostrzeszowski po 1 placówce. 17 muzeów funkcjonowało w subregionie poznańskim (z wyłączeniem miasta Poznania), z czego w powiecie poznańskim 10, szamotulskim, średzkim i obornickim po 2 placówki oraz 1 w powiecie śremskim (tab. 31).

Najmniej, bo tylko 7 placówek muzealnych znajdowało się na terenie subregionu pilskiego (najwięcej w powiecie pilskim – 3 placówki).

W 2012 r. na terenie województwa zorganizowano równocześnie 350 wystaw czasowych, z których najwięcej przypadło na subregion leszczyński (71), kaliski (70) oraz poznański (bez miasta Poznania) – 67. W Poznaniu zorganizowano relatywnie mniej, bo tylko 39 wystaw tego typu.

Obiekty muzealne i wystawy czasowe przyjęły 2.187 tys. zwiedzających. Należy w tym miejscu zwrócić uwagę na wysoki (2-krotny) wzrost liczby zwiedzających w porównaniu z rokiem 2005.

Najwyższa liczba zwiedzających przypadła na subregion poznański (1.425.624 osoby), miasto Poznań (264.408 osób) oraz subregion koniński (194.340 osób, z czego 123.428 przypadło na powiat gnieźnieński). Najmniejszą liczbę zwiedzających przyjął subregion pilski.

Tab. 32 Teatry, instytucje muzyczne i przedsiębiorstwa estradowe w województwie wielkopolskim w 2012 r.

Wyszczególnienie	Liczba placówek	Miejsca na widowni	Przedstawienia i koncerty	Widzowie i słuchacze w tys.
Teatry i instytucje	12	4487	3077	586,5

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

muzyczne				
Teatry dramatyczne	5	1753	1124	175,3
Teatry lalkowe	1	171	321	46,5
Teatry muzyczne	3	1300	459	177,9
Filharmonie	2	1263	1143	165,7
Orkiestry symfoniczne	1	-	30	21,1
Przedsiębiorstwa estradowe	2	-	71	74,9

Źródło: Rocznik statystyczny województwa wielkopolskiego 2013, Urząd Statystyczny w Poznaniu, Poznań 2013.

Na terenie województwa znajdowały się też 20 galerii sztuki (w 2005 roku było ich tylko 13), które odwiedziło łącznie 116,4 tys. osób.

W województwie funkcjonuje 12 teatrów i instytucji muzycznych ze stałą siedzibą, w tym 6 teatrów (5 dramatycznych i 1 lalkowy), 3 teatry muzyczne i 2 filharmonie.

Do najważniejszych placówek teatralnych w województwie należą w Poznaniu - Teatr Wielki im. Stanisława Moniuszki w Poznaniu (Opera), teatry dramatyczne – Teatr Polski, Teatr Nowy im. Tadeusza Łomnickiego, a także mniejsze placówki – Teatr Ósmego Dnia, teatr amatorski Strefa Ciszy i Teatr Biuro Podróży. Ważną rolę w szerzeniu kultury muzycznej spełniają Teatr Muzyczny, Polski Teatr Tańca oraz Filharmonia Poznańska im. Tadeusza Szeligowskiego. Poza ośrodkiem poznańskim najbardziej liczącymi się ośrodkami sztuki teatralnej i kultury muzycznej są Kalisz, na terenie którego znajdują się Teatr im. Wojciecha Bogusławskiego oraz Filharmonia Kaliska, a także Gniezno, w którym od 1946 roku działa Teatr im. Aleksandra Fredry. Niewielki obiekt muzyczny (Mała Filharmonia) funkcjonuje w Puszczykowie. Wśród znaczących imprez teatralnych i muzycznych odbywających się na terenie województwa wymienić należy: Kaliskie Spotkania Teatralne, Malta Festiwal Poznań, Międzynarodowy Festiwal Folklorystyczny „Bukowińskie Spotkania”, Festiwal Teatrów Rodzinnych i Międzynarodowe Targi Inicjatyw Teatralnych w Pile. W ramach imprez muzycznych wymienić należy Międzynarodowy Konkurs Skrzypcowy im. Henryka Wieniawskiego organizowany w Poznaniu przez Towarzystwo muzyczne im. Henryka Wieniawskiego w Poznaniu. Bardzo ważnym i popularnym cyklicznym wydarzeniem muzycznym jest festiwal Polska Akademia Gitary odbywający w sierpniu i docierający do wielu miejsc Wielkopolski. W ramach festiwalu odbywają się liczne koncerty, warsztaty muzyczne, happeningi, projekcje filmowe i pikniki gitarowe. Organizatorami imprezy są Stowarzyszenie Wielkopolan Bona FIDE oraz Agencja Take –Media. Osobami tworzącymi festiwal są m.in. Przemysław Kaliszewski (dyrektor Teatru muzycznego w Poznaniu oraz muzykolog dr Marcin Poprawski. Na uwagę zasługuje także odbywający się od czterech lat w Lesznie festiwal Muzyczne Przestrzenie, obejmujący cykl koncertów i wydarzeń muzycznych. Celem organizatorów jest promowanie ambitnej, niepopularnej lecz wartej poznania muzyki.

Na terenie województwa funkcjonują 42 stałe kina, najwięcej (11) na terenie miasta Poznania, 10 w subregionie konińskim, 7 w kaliskim, po 5 w subregionach pilskim i leszczyńskim oraz 4 w subregionie poznańskim. Łączna liczba miejsc na widowni wyniosła 24.193 z czego prawie dwie trzecie przypadają na miasto Poznań.

W porównaniu do stanu z 2005 roku liczba kin stałych spadła z 46 do 42, co jednak nie wpłynęło na ograniczenie łącznej pojemności obiektów i nie skutkowało ograniczeniem liczby seansów, ponieważ w tym samym okresie znacząco wzrosła liczba sal projekcyjnych (z 83 w 2005 roku do 99 w roku 2012) jak również liczba miejsc na widowni (z 23 178 do 24.193) i liczba widzów (z 2.386.655 do 2.883.028).

Oprócz kin miasta Poznania jako bardziej znaczące w województwie wymienić należy kina miasta Leszna: kino CINEMA 3D w Galerii Leszno, kino Centrum, kina Kalisza: Helios, Apollo, Centrum 3D czy CINEMA 3D w Galerii Tęcza, w Pile: kino Helios i Koral, w Koninie: kino Centrum, Helios i Oskard, w Ostrowie Wielkopolskim: kino Komeda 3D, w Gnieźnie: kino Helios.

Istotną rolę w kształtowaniu poziomu kultury w regionie odgrywają biblioteki publiczne. Pełnią one również ważną rolę edukacyjną oraz informacyjną. Wg danych z 2012 r (por. Województwo Wielkopolskie. Podregiony – powiaty – gminy, 2013) na terenie Wielkopolski funkcjonował 704 tego typu placówki oraz 156 punktów bibliotecznych, a zgromadzony w nich księgozbiór liczył łącznie 11.931,3 tys. woluminów.

Jak wynika z danych statystycznych, najbardziej atrakcyjny pod tym względem jest subregion poznański wraz z miastem Poznaniem, na terenie którego znajduje się 175 bibliotek oraz 27 punktów bibliotecznych. Zgromadzony księgozbiór obejmuje natomiast 3.540,7 tys. woluminów. W samym Poznaniu działają 54 biblioteki. Spośród znaczących wielkopolskich bibliotek wymienić należy Bibliotekę Uniwersytecką (w tym Pałac w Ciężeniu z jedną z największych w Europie kolekcji literatury masońskiej), Bibliotekę Raczyńskich (w tym Pracownia-Muzeum Józefa Ignacego Kraszewskiego i Muzeum Literackie Henryka Sienkiewicza) oraz Bibliotekę Kórnicką.

Znaczna koncentracja placówek bibliotecznych znajduje się w subregionie kaliskim – 164 biblioteki oraz 44 punkty biblioteczne. Wśród największych obiektów subregionu należy wymienić Miejską Bibliotekę Publiczną im. Adama Asnyka w Kaliszu (16 placówek filialnych). Ważnym obiektem w subregionie jest też Biblioteka Publiczna im. Stefana Rowińskiego w Ostrowie Wielkopolskim.

Szeroki zakres usług bibliotecznych świadczony jest na terenie subregionu konińskiego (140 bibliotek i 13 punktów bibliotecznych). Do największych i najbardziej prężnych placówek subregionu zaliczyć można: Miejską Bibliotekę Publiczną oraz Bibliotekę Pedagogiczną w Koninie, Powiatową i Miejską Bibliotekę w Kole oraz biblioteki miasta Gniezna (Bibliotekę Publiczną Miasta Gniezna, Bibliotekę Prymasowskiego Wyższego Seminarium Duchownego, Bibliotekę początków Państwa Polskiego oraz Bibliotekę Pedagogiczną).

W subregionie Leszczyńskim funkcjonuje 131 bibliotek oraz 45 punktów bibliotecznych. Wśród największych placówek subregionu wymienić należy przede wszystkim biblioteki miasta Leszno (Miejską Bibliotekę Publiczną im. Stanisława Grochowiaka, Bibliotekę Publiczną Gminy Leszno, Bibliotekę państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Jana Amosa Komeńskiego oraz Publiczną Bibliotekę Pedagogiczną), Miejską Bibliotekę Publiczną oraz Miejską Bibliotekę Pedagogiczną w Kościanie, Rawicką Bibliotekę Publiczną, Bibliotekę Publiczną w Międzychodzie, Miejską i Powiatową Bibliotekę Publiczną w Nowym Tomysłu oraz Rawicką Bibliotekę Publiczną.

Najmniejsza liczba bibliotek znajduje się na terenie subregionu Pilskiego (94 biblioteki i 27 punktów bibliotecznych). Najbardziej liczące się placówki to: Powiatowa i Miejska Biblioteka Publiczna im. P. Szumana w Pile, Biblioteka Pedagogiczna w Pile, jak również księgozbiór należący do Muzeum Stanisława Staszica w Pile, a także Miejskie Biblioteki Publiczne w Wągrowcu, Chodzieży, Czarnkowie i Trzciance.

Coraz większe znaczenie zarówno dla ruchu turystycznego jak i lokalnej społeczności mają wielofunkcyjne centra handlowe.

Na terenie województwa duże obiekty handlowe znajdują się także w Lesznie (Galeria Leszno, CH Nasze Leszno oraz Centrum Handlowe Manhattan), Pile (Centrum handlowe Atrium Kasztanowa, Galeria VIVO, Hipermarket TESCO, Kaufland i Practiker), Gnieźnie (Centrum Handlowe Galeria Gniezno), Kaliszu (Galeria-Kalisz, Centrum Handlowo-Rozrywkowe GALERIA AMBER), Ostrowie Wielkopolskim (Galeria Ostrowia), Pleszewie (Galeria Zamkowa) oraz Koninie (Centrum Handlowe Galeria nad Jeziorem, Centrum Handlowe Ferio).

Niezbędnym elementem infrastruktury towarzyszącej są usługi medyczne (zarówno leczenia otwartego jak i zamkniętego) oraz apteki (por. tab. 2.3.30).

Województwo wielkopolskie w 2012 roku dysponowało 16.118 łózkami w szpitalach ogólnych. Najwięcej łóżek szpitalnych przypadało na Poznań i subregion poznański (łącznie 7841 miejsc, w tym w samym Poznaniu 6040). Na kolejnych pozycjach znalazły się subregiony: kaliski (2605 łóżek, w tym w samym Kaliszu 857) oraz koniński (2147 łóżek, w tym w Koninie 909).

Dla osób przebywających czasowo na terenie województwa szczególnie istotne jest występowanie otwartych placówek leczenia ambulatoryjnego (przychodni lekarskich). W roku 2012 usługi o charakterze ambulatoryjnym świadczyło 1801 tego typu jednostek, w tym najczęściej na obszarze subregionu i miasta Poznania (733 w subregionie poznańskim, w tym w mieście 456). Drugą pozycję tym zakresie zajmował subregion koniński (319 placówek), natomiast trzecią subregion kaliski.

Na terenie województwa funkcjonowało 1137 aptek oraz 116 punktów aptecznych. Największa koncentracja aptek występowała w Poznaniu (264), natomiast w pozostałej części subregionu było

ich 196. Wysoką liczbą aptek (208) odznaczał się subregion koniński, w tym 39 w Koninie i 50 w powiecie gnieźnieńskim.

2.3.8 Organizacje pozarządowe w turystyce

Funkcjonujący aktualnie w Polsce model zarządzania sektorem turystyki wykształcił się stosunkowo niedawno, bo pod koniec lat 90-tych XX wieku oraz w pierwszych kilku latach obecnego stulecia, i nawiązuje do wzorców wykształconych wcześniej w innych państwach Unii Europejskiej.

Podmioty zarządzające turystyką wg P. Różyckiego (2006) podzielić można na dwie zasadnicze kategorie:

- administrację turystyczną, w ramach której wyróżnia się centralną administrację rządową oraz administrację samorządową,
- pozarządowe organizacje turystyczne.

W ramach centralnej administracji rządowej sprawy związane z turystyką podlegają Ministerstwu Sportu i Turystyki, a w szczególności Departamentowi Turystyki, który odpowiada za programowanie rozwoju i kształtowanie mechanizmów prawno-ekonomicznych turystyki, wyznacza kierunki i priorytety działań oraz sprawuje nadzór nad realizacją zadań z zakresu promocji turystyki zarówno na rynku krajowym jak i zagranicznym.

W ramach administracji samorządowej, na szczeblu wojewódzkim zadania wynikające z Ustawy o usługach turystycznych znajdują się w gestii Urzędów Marszałkowskich oraz na niższych poziomach Urzędów Starostów i Urzędów Gmin.

W kategorii pozarządowych organizacji turystycznych w systemie zarządzania turystyką zasadniczą rolę pełni Polska Organizacja Turystyczna (POT), a na niższych poziomach regionalne organizacje turystyczne (ROT) oraz lokalne organizacje turystyczne (LOT). Szeroko zakrojoną działalność na rzecz turystyki prowadzą także Polska Izba Turystyki (PIT), samorząd gospodarczy, organizacje zawodowe branży turystycznej oraz liczne stowarzyszenia i organizacje turystyczne o charakterze społecznym (Różycki, 2006).

W województwie wielkopolskim w kategorii pozarządowych organizacji turystycznych szczególnie ważna jest pozycja Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej, posiadającej status stowarzyszenia, z możliwością zrzeszania jako członków zwyczajnych zarówno osób fizycznych, jak i prawnych.

Wielkopolska Organizacja Turystyczna działa od 1 stycznia 2004 roku i zrzesza przedstawicieli samorządów, branży turystycznej oraz stowarzyszeń działających na rzecz turystyki i kultury. Do

stowarzyszenia należy 96 członków, w tym 46 samorządów⁶⁹. Najbardziej liczącym się członkiem jest Województwo Wielkopolskie, które przekazuje najwyższe składki na rzecz stowarzyszenia.

Zasadniczym zadaniem Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej jest wspieranie turystyki w regionie Wielkopolski. Jest ona także niezbędnym (obok innych tego typu organizacji) partnerem dla Polskiej Organizacji Turystycznej w zakresie koordynowania krajowego systemu informacji turystycznej oraz promocji regionu za granicą (por. Różycki, 2006, 98).

Do celów szczegółowych funkcjonowania i działalności Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej należą:

- kreowanie i upowszechnianie wizerunku województwa wielkopolskiego jako regionu atrakcyjnego turystycznie,
- integrowanie środowisk samorządu terytorialnego, gospodarczego, zawodowego oraz osób i instytucji zainteresowanych turystycznym rozwojem województwa wielkopolskiego,
- promocja atrakcji, obiektów i produktów turystycznych zlokalizowanych na terenie województwa wielkopolskiego i koordynacja podejmowanych działań promocyjnych w województwie,
- inicjowanie tworzenia i wspierania rozwoju nowych produktów turystycznych,
- działanie na rzecz zwiększenia liczby turystów przyjeżdżających do województwa wielkopolskiego oraz wzrostu dochodów z turystyki,
- prowadzenie szkoleń dla przedstawicieli samorządu i branży z zakresu turystyki regionalnej,
- współpraca z lokalnymi organizacjami turystycznymi.

Na szczeblu powiatowym i gminnym funkcjonują lokalne organizacje turystyczne. Podobnie jak organizacje o charakterze regionalnym mają one status stowarzyszeń, z możliwością zrzeszania podmiotów prawnych, zarówno przedsiębiorców, jak i osób prywatnych. Do podstawowych zadań lokalnych organizacji turystycznych należą:

- gromadzenie i aktualizacja informacji na temat miejscowych walorów i oferty turystycznej,
- tworzenie i rozwój oferty turystycznej powstałej na bazie lokalnych walorów,
- integracja społeczności lokalnej na rzecz poprawy atrakcyjności turystycznej własnych miejscowości.

W granicach województwa wielkopolskiego działa 10 lokalnych organizacji turystycznych⁷⁰:

- Poznańska Lokalna Organizacja Turystyczna z siedzibą w Poznaniu
- Organizacja Turystyczna Leszno-Region z siedzibą w Lesznie
- Lokalna Organizacja Turystyczna „Szlak Piastowski” z siedzibą w Gnieźnie

⁶⁹ wg stanu na 25.03.2015

⁷⁰ M. Migdał, Lokalna Organizacja Turystyczna (Szczecin 2015)

- Słupecka Organizacja Turystyczna SŁOT z siedzibą w Słupcy
- Lokalna Organizacja Turystyczna Ziemi Kaliskiej z siedzibą w Kaliszu
- Lokalna Organizacja Turystyczna „Biały Kruk” w Obornikach
- Lokalna Organizacja Turystyczna MARINA z siedzibą w Koninie
- Organizacja Turystyczna Północnej Wielkopolski „Dolina Noteci”
- Lokalna Organizacja Turystyczna DOLINA GWDY z siedzibą w Krępku
- Lokalna Organizacja Turystyczna „Puszcza Pyzdrska” z siedzibą w Zwierzyńcu

W województwie wyraźnie zaznacza się działalność **Wielkopolskiej Izby Turystycznej**, powstałej 21 stycznia 1992 r. Jest ona organizacją samorządu gospodarczego, a jej główne zadania dotyczą interesów zrzeszonych w niej podmiotów gospodarczych. Członkami Wielkopolskiej Izby Turystycznej są biura podróży, agencje usług turystycznych, przewoźników, hotele, uczelnie wyższe.

Spośród organizacji branżowych wspomnieć należy również o wielkopolskim oddziale Polskiej Izby Turystyki. Do celów Izby należy m. in. reprezentowanie interesów gospodarczych członków, działanie na rzecz interesów branży turystycznej, promowanie podnoszenia jakości usług turystycznych, kształtowanie i upowszechnianie zasad etyki w działalności gospodarczej oraz tworzenie warunków do wymiany doświadczeń, nawiązywania kontaktów i integracji członków Izby.

Interesy terenów wiejskich i agroturystyki reprezentuje Polska Federacja Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”, powstała w 1996 r. Jest to organizacja o zasięgu ogólnopolskim, patronująca lokalnym i regionalnym organizacjom stowarzyszającym obiekty turystyki wiejskiej. Jej celem jest prowadzenie wszechstronnych działań na rzecz promocji i rozwoju polskiej turystyki obszarów wiejskich. Jednym z naczelnych zadań tej organizacji jest kategoryzacja wiejskiej bazy noclegowej. Na terenie województwa wielkopolskiego działają cztery stowarzyszenia agroturystyczne należące do Federacji:

- Stowarzyszenie Agroturystyczne Wschodniej Wielkopolski z siedzibą w Zagórowie,
- Stowarzyszenie Gospodarstw Agroturystycznych Północnej Wielkopolski KRAJNA z siedzibą w Złotowie,
- Stowarzyszenie Gospodarstw Agroturystycznych Powiatu Nowotomyskiego,
- Szamotulskie Stowarzyszenie Agroturystyczne z siedzibą w Radzynie.

Poza Federacją w dziedzinie agroturystyki i turystyki wiejskiej działają: Wielkopolskie Towarzystwo Agroturystyki i Turystyki Wiejskiej z siedzibą w Poznaniu, Stowarzyszenie Kwaterodawców Wiejskich „Gospodarstwa Gościnne” w Pakosławiu, Agroturystyczne Stowarzyszenie Ziemi Ostrowsko-Ostrzeszowskiej „W Siodle”, Agroturystyczne Towarzystwo Ziemi Leszczyńskiej, Międzychodzkie Stowarzyszenie Agroturystyczne, Międzygminny Związek Turystyczny „Wielkopolska Gościnna”, Stowarzyszenie Agroturystyczne Gminy Kobyła Góra, Nowotomyskie Stowarzyszenie Agroturystyczne, Stowarzyszenie Gospodarstw Agroturystycznych „Pojezierze

Krzywińskie”, Stowarzyszenie Kwaterodawców Wiejskich „Gospodarstwa Gościnne”, Wijewskie Stowarzyszenie Agroturystyczne⁷¹.

Wśród społecznych organizacji turystycznych najważniejszą pozycję zajmuje **Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze**. PTTK jest najstarszym i największym w Polsce stowarzyszeniem społecznym skupiającym turystów i krajoznawców. Powstało 15 grudnia 1950 r. poprzez połączenie Polskiego Towarzystwa Tatrzańskiego oraz Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego. Stało się też jedynym prawnym spadkobiercą dorobku, tradycji i majątku obu tych organizacji (por. Statut Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego, www.pttk.pl). Obecnie na terenie województwa zarejestrowanych jest trzydzieści oddziałów, które zrzesza Wielkopolska Korporacja Oddziałów PTTK.

Polskie Towarzystwo Schronisk Młodzieżowych (PTSM), utworzone w 1926 r (jako trzecie na świecie) jest w Polsce reprezentantem światowego ruchu schronisk młodzieżowych. Do statutowych zadań tej organizacji należy m.in.:

- organizowanie schronisk młodzieżowych,
- organizowanie środowiskowych, wojewódzkich i centralnych imprez turystycznych,
- upowszechnianie obozów wędrownych jako najtańszej i najbardziej wartościowej formy letniego wypoczynku młodzieży.

Na terenie województwa znajduje się jeden oddział PTSM zlokalizowany przy ul. Berwińskiego w Poznaniu oraz 18 schronisk: w Bolewicach, Chodzieży („Gontynec”), Gnieźnie, Kobylnicy („Sarenka”), Koninie, Lubiniu, Łagowie k/Krzywinia, Osiecznej („Morena”), Pile („Staszycówka”), Poznaniu (4 obiekty przy ulicach Drzymały, Berwińskiego, Biskupińskiej oraz Głuszyna), Szamotułach, Starym Tomysłu, Śmiglu, Zaniemyślu oraz Żerkowie (por.www.ptsm.org.pl).

Organizacją powołaną w 1957 r. w celu popularyzowania różnych form aktywności, w tym rekreacji ruchowej, jest Towarzystwo Krzewienia Kultury Fizycznej. Zrzesza ono ogniska należące do Towarzystwa z terenu całego kraju. Kluczowymi celami Towarzystwa są:

- działanie na rzecz wspierania i upowszechniania sportu a także profilaktyki zdrowotnej i rekreacji,
- aktywizowanie społeczeństwa do poprawiania kondycji fizycznej i psychicznej a w szczególności dzieci i młodzieży,
- krzewienie zamiłowania do uprawiania sportu osób sprawnych i niepełnosprawnych,
- osiągnięcie wyników sportowych na wszystkich poziomach.

⁷¹ http://www.wielkopolska.travel/agroturystyka/adresy/adresy_stowarzyszen_agroturystycznych/ (dostęp: 19.11.2014)

Wśród innych społecznych organizacji i klubów turystycznych funkcjonujących na terenie województwa należy wymienić również:

- Kluby turystyki górskiej (m.in. Wielkopolski Klub Przodowników Turystyki Górskiej im. K. Kantaka w Poznaniu, Akademicki Klub Górski „Halny” działający przy Oddziale Międzyuczelnianym PTTK, Klub Górski „Koliba” przy Oddziale PTTK w Krotoszynie, Klub Górski „Grań” przy Oddziale Poznańskim PTTK, Klub Górski „Ornak” przy Oddziale PTTK Ziemi Gnieźnieńskiej, Klub Górski „Watra” w Kaliszu, Klub Górski „Harnaś” przy Oddziale PTTK w Koninie, Klub Górski „Jontek” przy PTTK Oddział w Ostrowie Wielkopolskim, Klub Górski „Grule” przy PTTK Oddział w Jarocinie czy też Harcerski Klub Turystyki „Azymut” w Swarzędzu),
- Kluby turystyki motorowej – Automobilklub Wielkopolski w Poznaniu oraz Poznański Klub Motorowy „Przemysław” przy Oddziale Poznańskim PTTK,
- Kluby turystyki rowerowej: Klub Turystyki Rowerowej „Sigma” przy Oddziale Poznańskim PTTK, Klub Turystów Kolarzy „Amator” w Kąsinowie k. Szamotuł, Klub Turystyki Kolarskiej „Bicykl” przy PTTK Oddział w Ostrowie Wielkopolskim, Gostyński Klub Rowerowy „Cyklista” w Gostyniu, Akademicki Klub Turystyki Rowerowej „Cyklista” przy Oddziale Międzyuczelnianym PTTK w Poznaniu, Klub Rowerowy „Peleton” w Poznaniu, Osiedlowy Klub Rowerowy „Piasty” w Poznaniu, Stowarzyszenie „Sekcja Rowerzystów Miejskich” w Poznaniu, Klub Rowerowy „Szarka” w Nowym Tomyślu, Klub Turystyki Rowerowej "RawTuR" w Rawiczu, Rawickie Stowarzyszenie Cyklistów „Bike”, Klub Turystyki Rowerowej „Średzianie” ze Środy Wielkopolskiej, Klub Miłośników Turystyki Rowerowej w Krzyżu Wielkopolskim, Koło Turystyki Rowerowej w Kiekrzu,
- Stowarzyszenia turystyki wodnej (m.in. Wielkopolskie Stowarzyszenie Turystyki i Rekreacji Wodnej „Warta” w Poznaniu, Klub Turystyki Kajakowej „Meander” przy Oddziale PTTK Rataje, Klub Kajakowy „Pelikany” w Ostrowie Wielkopolskim, Klub Kajakowy „Gwda” przy PTTK w Pile, Klub Sportowy „Budowlani” sekcja kajakowa w Poznaniu, Koło PTTK przy Energo-Tour w Poznaniu, Uczniowski Klub Sportowy UKS55 w Poznaniu, Klub Turystyki Kajakowej „Gągoł” w Słupcy, Klub Turystyki Kajakowej „Zimorodek” przy Oddziale PTTK w Wągrowcu, Towarzystwo Turystyki Wodnej „Perkoz” w Pyzdrach, Międzychodzkie Towarzystwo Turystyki i Sportów Wodnych, UKS „Kotwica” w Rogalinku, Akademicki Klub Kajakowy Panta Rei).

Z innych organizacji należy wymienić: Polską Federację Pilotażu i Przewodnictwa w Poznaniu, Towarzystwo Gimnastyczne „Sokół” we Włoszakowicach, Konińskie Towarzystwo Sportów Rekreacyjnych, „Sport Club” Konin, Wielkopolski Klub Turystyczny Niewidomych i Słabowidzących „Razem na Szlaku”, Klub Krajoznawstwa i Turystyki Pieszej „Piechur” przy Oddziale Poznańskim PTTK, Towarzystwo Turystyczne „Tramp” w Miejskiej Górcie, Ostrowski Klub Morsów, Wielkopolskie Zrzeszenie Ludowe Zespoły Sportowe, Związek Harcerstwa Polskiego Chorągiew Wielkopolska,

Towarzystwo Przyjaciół Wolsztyńskiej Parowozowni, Unię Gospodarczą Regionu Śremskiego – Śremski Ośrodek Wspierania Małej Przedsiębiorczości.

2.3.9 Innowacyjność w zakresie turystyki

Coraz bardziej istotnym czynnikiem odróżniającym gospodarkę opartą na wiedzy, która jest kluczowym czynnikiem konkurencyjności staje się zdolność i skłonność do generowania i absorpcji innowacji. Przygotowany przez Instytut CASE raport, który opracowano na podstawie danych European Innovation Scoreboard, wskazuje na niską pozycję Polski w zakresie udziału przedsiębiorstw innowacyjnych względem ogółu. Niższy wskaźnik notowany jest jeszcze tylko na Litwie, w Bułgarii, na Węgrzech i w Rumunii (Balcerowicz E., i in. 2009). Dlatego w najważniejszych opracowaniach strategicznych w Polsce (np. Krajowa Strategia Rozwoju Regionalnego, 2010) zwrócono uwagę na konieczność wykonania pogłębionej analizy przyczyn niskiej innowacyjności, która koncentrowałaby się zarówno na tradycyjnych czynnikach podażowych jak i popytowych.

Według syntetycznego wskaźnika Regional Innovation Scoreboard Wielkopolska została uznana za region nisko innowacyjny, a tylko pięć innych regionów polskich: mazowieckie, śląskie, małopolskie, dolnośląskie i pomorskie zaliczono do grupy średniej wśród regionów nisko innowacyjnych.

Diagnoza stanu innowacyjności wielkopolskich przedsiębiorstw przebiegała dwuetapowo:

- Analiza danych wtórnych, polegająca na ocenie dostępnych danych statystycznych, publikowanych raportów dotyczących sytuacji regionów w Polsce oraz dostępnych opisów dotyczących różnicowań międzyregionalnych i wewnątrzregionalnych oraz co za tym idzie, innowacyjności (i konkurencyjności) regionalnej.
- Analiza danych pierwotnych, polegająca na przeprowadzeniu w latach 2013 - 2014 badań ankietowych wśród przedsiębiorców prowadzących działalność turystyczną. Pozyskane badania zostały uzupełnione o opinię pracowników jednostek naukowo-branżowych oraz jednostek samorządowych.

Źródła innowacji i metody generowania innowacyjnych pomysłów w wielkopolskich przedsiębiorstwach turystycznych

Innowacje w przedsiębiorstwach turystycznych często powstają pod wpływem różnych czynników płynących z makro- i z mikrootoczenia. Jeden z głównych podziałów źródeł innowacji w przedsiębiorstwach obejmuje trzy kategorie: przedsiębiorczość, wpływ technologii / popytu oraz system innowacji [Hjalager 2010]. W kategorii przedsiębiorczość przedsiębiorcy są traktowani jako osoby ustalające nowe standardy, które wprowadzają w funkcjonowanie swojej firmy. Standardy te jednocześnie wprowadzają nowy ład na rynek potrzeb konsumenckich. Przedsiębiorczość dotyczy

otwarcia nowej firmy, wprowadzenia nowej technologii wytwarzania wyrobów czy świadczenia usług, wejścia na rynek z nowym produktem, pozyskania rzetelniejszego kontrahenta lub zwiększenia udziałów w rynku [Michalski 2010]. Wpływ popytu czy też technologii jest bardzo zauważalny w zakresie funkcjonowania usług turystycznych. Wynika to przede wszystkim z tego, że popyt rynkowy jest jednym z najważniejszych czynników tworzenia innowacji. Dodatkowo wszelkie rozwiązania technologiczne zdają się być elementami niezwykle istotnymi w funkcjonowaniu przedsiębiorstw hotelowych. Najważniejszym interesariuszem oraz siłą napędową systemów innowacji jest sektor publiczny, który dostarcza np. zdolności strategicznych, wiedzy (pochodzącej z badań), ustawodawstwo prawne, rozbudowuje infrastrukturę oraz ośrodki podnoszenia kwalifikacji [Hjalager 2010].

Przeprowadzone pogłębione wywiady z kadrą kierowniczą badanych przedsiębiorstw turystycznych wykazały, że rozwiązania innowacyjne często były tematem spotkań na szczeblu pracownik – kadra zarządzająca. Dodatkowym aspektem brany pod uwagę przy poszukiwaniu źródeł innowacji były czynniki zewnętrzne wpływające na przedsiębiorstwo. Żadne z badanych przedsiębiorstw turystycznych nie wskazało na źródła innowacji w reprezentowanej firmie działalności prekursorskiej. Wyniki ankiet jednoznacznie potwierdziły, że wszelkiego rodzaju działania są wynikiem wdrożeń rozwiązań z innych przedsiębiorstw (o profilu nieturystycznym oraz często nawet o profilu odmiennym od charakteru usługowego). Źródłem wprowadzanych innowacji jest bezpośrednie otoczenie przedsiębiorstwa oraz kreatywność pracowników firmy.

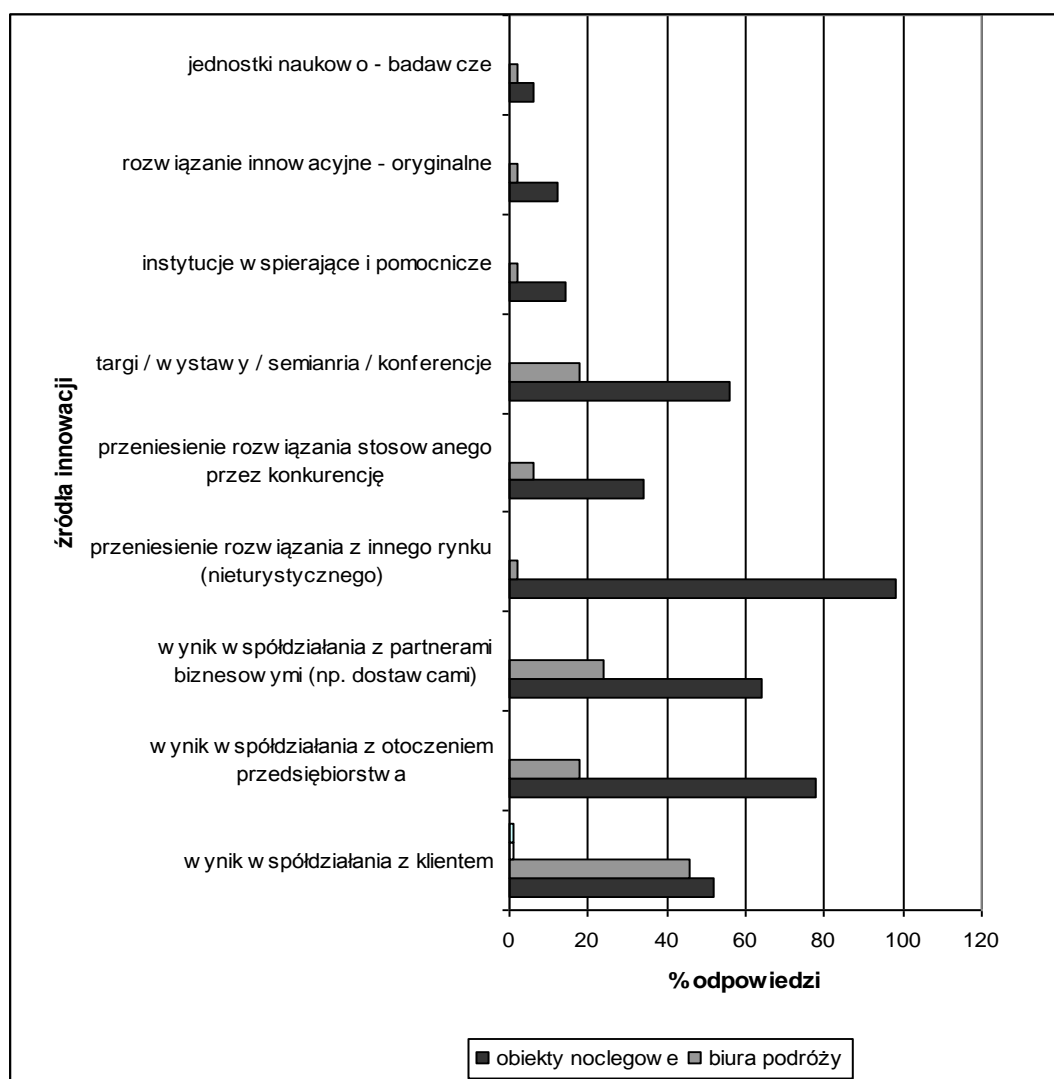
Na kolejnym etapie badań przeprowadzono rozmowy z przedsiębiorcami, którzy zadeklarowali chęć wprowadzenia wybranych rozwiązań innowacyjnych w swoim przedsiębiorstwie. Firmy zlokalizowane na terenie województwa wielkopolskiego w niewielkiej większości (55,3%) mają zaplanowane wdrażanie różnego rodzaju rozwiązań innowacyjnych. Zdecydowaną najliczniejszą grupą w analizowanej próbie reprezentują obiekty noclegowe, w których źródłem informacji dotyczących możliwości wprowadzenia innowacyjnych rozwiązań są przede wszystkim współpraca z klientem oraz czerpanie pomysłów od konkurencji. Właściciele hoteli wskazują na mniejszą lub większą istotność wszystkich źródeł pozyskiwania informacji dotyczących wdrażania innowacji. Odmienna sytuacja charakteryzuje tutaj biura podróży, które w zdecydowanej większości czerpią informacje od interesariuszy najbliższego otoczenia (klientów, dostawców) oraz na podstawie analizy otoczenia przedsiębiorstwa. Pozostałe źródła poszukiwania informacji mają marginalne znaczenie (ryc. 14)

Przykłady innowacyjnych procesów, produktów i usług

Branża turystyczna jest bardzo mocno zróżnicowana pod kątem wprowadzanych innowacji. Bardzo często sprzedaż produktów / usług występuje w postaci pakietów. Wiele rozwiązań jest

implikowanych z innych przedsiębiorstw o odmiennym profilu działania. Dokonując weryfikacji rozwiązań innowacyjnych stosowanych przez przedsiębiorstwa turystyczne, na pierwszym etapie posłużono się podziałem na cztery rodzaje innowacji: produktowe (usługowe), procesowe (technologiczne), organizacyjne i marketingowe.

Przeprowadzone badania wykazały, że wymieniane innowacje nie miały charakteru cyklicznego. Dlatego w opracowaniu zostaną wymienione tylko wybrane, zastosowane w wielkopolskich przedsiębiorstwach turystycznych, które zadeklarowały wprowadzanie rozwiązań innowacyjnych.



Ryc. 14 Źródła innowacji i metody generowania innowacyjnych pomysłów w przedsiębiorstwach turystycznych

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Wprowadzane innowacje miały zróżnicowany charakter. Były to w znacznej mierze całkowicie nowe produkty / usługi, jak również nowy sposób organizacji tych usług. Innowacje nie ograniczały się do zmian w zakresie samej usługi/produktu. Często wprowadzane zmiany, choć drobne, dotyczyły zmiany sposobu dystrybucji tego produktu/usługi. Poprzez wprowadzanie nowych form turystyki

przez biura podróży otwierano nowe rynki świadczenia usług. Innowacje produktowe były najszerzej reprezentowane w grupie przedsiębiorstw turystycznych. Ponadto należy zauważyć, że zdecydowana większość tych innowacji była celowo wprowadzana (zaprojektowana) dla rynku turystycznego. Poza tym innowacje produktowe były chętnie wymieniane nie tylko w biurach podróży, ale również w hotelach. Odmienne sytuacja wygląda z pozostałymi rodzajami innowacji. Innowacje procesowe były wymieniane już tylko w badanych obiektach noclegowych (tab. 33).

Tab. 33 Innowacyjne rozwiązania wprowadzone w ciągu ostatnich trzech lat w wielkopolskich przedsiębiorstwach turystycznych

<i>Innowacje produktowe</i>	<i>Innowacje organizacyjne</i>
- regionalne produkty, zdrowe owoce, soki bez cukru, kanapki z chleba pełnoziarnistego specjalnie wypiekanego dla Juice drinkers (regionalni sadownicy)	- zbieranie pomysłów pracowników przedsiębiorstwa dotyczące innowacyjnych rozwiązań w biurze (poprzez Centrum Innowacji)
- zastosowanie iPhone`a jako urządzenia wskazującego drogę do pokoju oraz jako klucz do drzwi	- innowacyjność związana z ochroną środowiska (segregacja śmieci, dbałość o ilość zużytego papieru, wprowadzenie biletów elektronicznych)
- serwowanie autorskich dań szefa kuchni specjalnie przygotowane na potrzeby restauracji (np. zupa krem z pasternaka)	- elektroniczne umowy z możliwością złożenia podpisu elektronicznego
- wyposażenie restauracji – stoliki wykonane z palet, siedziska z poduszek	- system obiegu dokumentów wewnątrz przedsiębiorstwa (np. Hotel Rzymski)
- elastyczne menu – otwarcie na pomysły ze strony klientów	- używanie ekologicznych czyszczących środków chemicznych
- dostosowanie pokoi do indywidualnych potrzeb klienta (np. związanych ze wzrostem i wagą - łóżka typu Kingsize w hotelu Andersia i Don Prestige)	- elektroniczna korespondencja zamiast tradycyjnej (częściowa)
- nowoczesne wzornictwo (np. Don Prestige)	- drukowanie folderów, ulotek promujących hotel oraz menu na papierze z odzysku
- dostosowanie hotelu dla potrzeb osób ze zwierzętami (np. Don Prestige)	- praca na materiałach wtórnych (np. drukowanie na papierze makulaturowym)
- specjalizacja kuchni w daniach rybnych	- internetowa recepcja
- wyposażenie pokoi hotelowych w pościel hipoalergiczną	- elektroniczny grafik pracy personelu
- nowoczesny design	- outsourcing badań i konserwacji i napraw sprzętu
- dostosowanie oferty restauracji do potrzeb klientów (np. dania wegańskie, dania dla alergików, dania dla diabetyków, dania bezglutenowe, dania koszerne, dania niskobiałkowe)	- synchronizacja meldunkowa w czasie rzeczywistym z portalami rezerwacyjnymi
- nowoczesne techniki treningowe (klub Fitness)	- nowoczesne szkolenia dla pracowników
- tematyczny wystrój karczmy np. w stylu myśliwskim	- decentralizacja odpowiedzialności pracy dla pracowników firmy
- samowystarczalność / niezależność / odpowiedzialność	- rozbudowany system nagradzania pracowników przedsiębiorstwa

- biuro podróży dostosowane do obsługi osób niepełnosprawnych (podjazd, wysokość biurek, szerokość drzwi)	- rozmowy zarządu przedsiębiorstwa hotelowego z gośćmi na temat wprowadzania ewentualnych zmian w obiekcie
- nowe produkty (np. obozy biegowe w Etiopii, maraton w Izraelu)	- nowoczesne formy zarządzania i marketingu (np. channel management)
- organizacja wyjazdów turystycznych do mniej uczęszczanych destynacji turystycznych (np. Islandia, Skandynawia, Wietnam, Laos, Kambodża, Australia, Antarktyda, Iran, Irak, Tybet, Nepal, Oman, Katar....)	Innowacje procesowe
- niekonwencjonalne możliwości zakwaterowania podczas wyjazdu turystycznego (np. szałas)	- własna aplikacja dla urządzeń mobilnych (Blue Sky)
- wykorzystanie różnych środków transportu podczas organizacji imprez turystycznych (np. auta terenowe, helikoptery, zwierzęta typu: muły, konie, wielbłądy)	- nowości technologiczne (np. Smart TV, panel dotykowy umożliwiający sterowanie klimatyzacją i oświetleniem)
- oferta wyjazdów turystycznych uwzględnia udogodnienia dla osób o specjalnych potrzebach (np. dla kobiet w ciąży)	- doskonała jakość materiałów (np. Don Prestige)
- wprowadzenie nowego produktu w hotelu np. w postaci sali kinowej dostępnej dla gości hotelowych	- własny system CMS w biurze podróży (wprowadzony w roku 2011)
- innowacyjny design obiektu hotelowego, stylizowany na obiekty z filmów z lat np.50.	- ogrzewanie podłogowe
- wprowadzenie do katalogu ofert turystycznych wyjazdów związanych z darktourism, tanatoturystyką czy seksturystyką	- stacje dokujące dla iPhone'a, iPada, iPod'a w pokojach hotelowych
- zajęcia aqua rumba prowadzone przez licencjonowanego instruktora	- regulatory przepływu wody w urządzeniach sanitarnych
- organizacja wyjazdów motywacyjnych dla pracowników przedsiębiorstwa	- kolektory słoneczne na dachu budynku hotelu
Innowacje marketingowe	- instalacja mieszaczy wody z powietrzem w bateriach prysznicowych
- reklama – wlepki (naklejki)	- stosowanie urządzeń elektrycznych z certyfikatem Energy Star
-liczne kampanie w mediach społecznościowych (facebook, twister, youtube, g+, pinterest)	- własny system oczyszczania wody przez hotel
- badania rynku (ankiety powyjazdowe badające satysfakcje klientów, ocena preferencji klientów)	- wykorzystanie transponderów – specjalnej opaski na rękę, która jest wyposażona w elektroniczny chip, pełniący funkcję klucza do szafki w szatni, karty płatniczej oraz przepustki pomiędzy poszczególnymi strefami obiektu
- promocja marki na gadżetach	- wprowadzenie aut z napędem elektrycznym
- zatrudnianie tajemniczego klienta w celu dokonania zewnętrznego audytu	- wykorzystanie do ogrzewania hotelu energii geotermalnej
- Fanpage na portalach społecznościowych	- lustro-telewizor typu Smart Mirror

Źródło: Przybylska A., 2014

System wsparcia innowacji w wielkopolskich przedsiębiorstwach turystycznych

Najważniejszymi systemami wsparcia rozwoju innowacyjności przedsiębiorstw turystycznych były instrumenty finansowe pochodzące z Unii Europejskiej. Instrumentami najpopularniejszymi były: regionalne programy operacyjne (np. WRPO), Program Operacyjny „Innowacyjna gospodarka” oraz Program Rozwoju Obszarów Wiejskich. Dodatkowym wsparciem dla przedsiębiorców może być całe otoczenie biznesu, działające na zasadach zarówno komercyjnych, jak i jednostki non profit. Instytucje otoczenia biznesu (IOB) stanowią swoistą platformę współpracy pomiędzy przedsiębiorcami a nauką. IOB, które działają na terenie województwa wielkopolskiego, przede wszystkim współpracują z mikro- i małymi przedsiębiorcami, dla których świadczą swoje usługi. Do najważniejszych instytucji mających bezpośredni wpływ na wzrost poziomu innowacyjności (nie tylko) przedsiębiorstw turystycznych należą: ośrodki innowacji i przedsiębiorczości (np. Poznański Park Naukowo-Technologiczny oraz Nickel Technology Park Poznań), pięć centrów transferu technologii, dwa inkubatory technologiczne, dwa inkubatory akademickie, a także 17 placówek Polskiej Akademii Nauk, około 20 instytutów resortowych i jednostek badawczo-rozwojowych oraz prywatne firmy prowadzące działalność badawczo-rozwojową. W Poznaniu funkcjonuje także szereg organizacji gospodarczych, z których sześć jest zrzeszonych w Krajowej Izbie Gospodarczej. W Poznaniu działają też agencje rozwoju (Wielkopolska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości) i stowarzyszenia, których celem jest rozwój gospodarczy regionu (Stowarzyszenie Gmin i Powiatów Wielkopolski) (Dominiak J., Perdał R., 2009). Unikatowy w skali Polski jest też uruchomiony program strategiczny Regionalnej Strategii Innowacji dla Wielkopolski 2010-2020 o nazwie Skuteczne instytucje otoczenia biznesu. Program ten został uruchomiony przez Urząd Marszałkowski Województwa Wielkopolskiego. Ma na celu wspierać skuteczną działalność IOB, rozumianą przede wszystkim jako elastyczne dopasowanie się do potrzeb rynku oraz poszerzanie oferty usług dla przedsiębiorstw wysoko innowacyjnych, również tych, które dopiero rozpoczynają działalność, oraz jednostek badawczo-naukowych (www.iw.org.pl).

Ostatnim celem przeprowadzonych badań było wskazanie źródeł barier rozwoju innowacyjnych rozwiązań w przedsiębiorstwach turystycznych. Przedsiębiorcy zdecydowanie dużo większą winą obarczali otoczenie przedsiębiorstwa aniżeli warunki i swoistość własnej firmy. Do nielicznych wypowiedzi wskazujących na bariery w obrębie przedsiębiorstwa zaliczono:

- brak zaufania do realizacji wspólnych przedsięwzięć firm i jednostek naukowo-badawczych,
- brak możliwości finansowania współpracy na linii firma – placówka naukowo-badawcza,
- bariery mentalne, wskazujące na brak uznania zasadności współpracy z jednostkami naukowo-badawczymi oraz na poszukiwanie rozwiązań innowacyjnych,
- brak wykwalifikowanego personelu.

Bariery egzogeniczne zdecydowanie stanowiły trzon, który wg badanych przedsiębiorców ogranicza wprowadzanie rozwiązań innowacyjnych. Do najczęściej zaznaczanych odpowiedzi należały:

- brak odpowiednich instrumentów finansowania działalności innowacyjnej,
- brak umiejętności pozyskania środków finansowych wspierających działalność innowacyjną,
- wysokie koszty wprowadzenia innowacji produktowych i technologicznych,
- przekonanie o braku potrzeby wprowadzania innowacji organizacyjnych,
- obawa przed licznymi procedurami administracyjnymi,
- brak pewności zbytu innowacyjnego produktu / usługi,
- brak odpowiedniej infrastruktury technicznej.

Zdecydowana większość barier miała podłoże finansowe, szczególnie w przypadku obiektów hotelowych. Natomiast w przypadku biur podróży ankietowani pracownicy nie byli przekonani o potrzebie wprowadzania rozwiązań innowacyjnych w reprezentowanej firmie. Dodatkowo uzasadniali to obawą, iż istnieje prawdopodobieństwo, że oferowana usługa / produkt nie znajdą odbiorcy i poczynione nakłady inwestycyjne będą nieuzasadnione.

W zakresie rozwijania rozwiązań innowacyjnych przedsiębiorcy często współpracują z różnego rodzaju organizacjami. Współpraca ta ma na celu nie tylko zwiększyć konkurencyjność produktową przedsiębiorstwa, ale również organizacyjną oraz marketingową. Najczęściej współpraca jest podejmowana z:

- biurem podróży przyjaznym zdrowiu turysty,
- Wielkopolskim Związkiem Pracodawców Prywatnych,
- Hotele współpracują z biurami podróży, biura podróży współpracują z hotelami,
- Przewodnikami miejskimi,
- Centrum Informacji Miejskiej,
- Polskim Towarzystwem Tanecznym.

Wyniki badań empirycznych wskazują na występowanie wyraźnej przewagi popytowej koncepcji innowacji. Z analiz prowadzonych wśród wielkopolskich przedsiębiorców wynika, że wśród najważniejszych czynników wpływających na kształtowanie się innowacyjności przedsiębiorstw turystycznych należy wymienić: możliwość dostosowania oferty do indywidualnych potrzeb turystów, znajomość zachowań i strategii konkurentów oraz wiedzę i umiejętności pracowników oraz (albo nawet przede wszystkim) wszelkie czynniki kształtowane przez makrootoczenia przedsiębiorstwa turystycznego.

Najważniejszą część przeprowadzonych badań polegała na identyfikacji innowacyjnych rozwiązań wprowadzonych przez wielkopolskie przedsiębiorstwa. Ze względu na unikatowy charakter stosowanych innowacji nie było możliwości dokonania standaryzacji i porównywalności rozwiązań.

Innowacyjność na rynku usług turystycznych w województwie wielkopolskim przejawiała się tym, że większość rozwiązań zakwalifikowano jako nowe bądź ulepszone produkty czy usługi.

Zdecydowaną przewagę w działalności innowacyjnej przypisuje się przedsiębiorstwom produkcyjnym. Podmioty turystyczne o charakterze usługowym napotykają trudności w tworzeniu podstawowych innowacji (główną barierą są wysokie koszty takich przedsięwzięć). Ich zdolność koncentruje się na kopiowaniu i adaptacji innowacji wprowadzonych w innych sektorach. Turystyka jest sektorem, w którym bardzo szybko adaptuje się różnego rodzaju innowacje, ale słabym w tworzeniu własnych, oryginalnych. Jak wskazują badania przeprowadzone na rynku wielkopolskim, większość innowacji ma charakter produktowy (usługowy), co charakteryzuje specyfikę branży turystycznej. Zdecydowanie rzadziej adaptowane są rozwiązania technologiczne, organizacyjne i marketingowe.

2.3.10 Analiza potencjału instytucji tworzenia i upowszechniania kultury w województwie wielkopolskim pod względem możliwości ich wykorzystania turystycznego

Turystyka kulturowa jest jedną z najbardziej dynamicznie rozwijających się obszarów turystyki. Światowa Organizacja Turystyki podaje następującą jej definicję:

Turystyka kulturowa obejmuje podróże z zasadniczo kulturalnej motywacji takie jak wyprawy studyjne, związane z wystawianiem sztuki, wycieczki kulturalne, podróże podejmowane w celu wzięcia udziału w festiwalach i innych wydarzeniach kulturalnych, zwiedzanie miejsc i monumentów; wyprawy dla zapoznawania się z przyrodą, folklorem i sztuką oraz pielgrzymki (WTO 1985, tłum. Mikos von Rohrscheidt 2008: 28).

W rozwoju tej formy turystyki instytucje tworzenia i upowszechniania kultury odgrywają rolę zasadniczą. Przez instytucję kultury rozumieć należy jednostkę o publicznym charakterze, której podstawową funkcją statutową jest kreowanie szeroko rozumianych wytworów kulturalnych oraz upowszechnianie ich wśród członków społeczeństwa. Jej organizatorem może być państwo (w Polsce Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego), samorządy różnych szczebli, organizacje trzeciego sektora, takie jak stowarzyszenia i fundacje oraz podmioty prywatne. Instytucja kultury – w zależności od rodzaju działalności – przybiera różnorodne formy organizacyjne, z których do najczęściej spotykanych należą: teatr, opera, operetka, filharmonia, orkiestra, muzeum, galeria sztuki, ośrodek badań i dokumentacji, izba pamięci, dom kultury, ognisko artystyczne, biblioteka, archiwum, kino.

Ramy sprawnego i zgodnego z przyjętym statutem funkcjonowania omawianych instytucji zapewnia polityka kulturalna państwa. Należy ją rozumieć jako świadome działanie władz

państwowych w stosunku do instytucji tworzenia i upowszechniania kultury oraz jej twórców i odbiorców. Jednym z prerogatyw tej polityki w państwie demokratycznym jest zapewnienie dostępu przedstawicieli wszystkich warstw społecznych do szeroko rozumianego życia kulturalnego oraz jego wytworów. Do podstawowych dziedzin polityki kulturalnej należą:

- dziedzictwo kulturowe,
- biblioteki i muzea,
- domy kultury,
- sztuki plastyczne (np. architektura, malarstwo, rzeźba),
- widowiska (np. teatr, teatr muzyczny, balet, taniec, filharmonia, kabaret, cyrk, zespoły muzyczne),
- media audiowizualne,
- programy i projekty kulturalne.

Wnioski i propozycje rozwoju turystyki kulturowej w regionie

Przeprowadzona analiza wykazuje znaczący potencjał wielkopolskich instytucji tworzenia i upowszechniania kultury, zarówno pod względem ilościowym, jak i jakościowym. Potencjał ten należałoby wykorzystać w sposób bardziej intensywny, niż to miało miejsce dotychczas. Animację kultury można połączyć z zaangażowaniem w rozwój turystyki kulturowej. Wielkopolska – z racji swego historycznego i kulturowego dziedzictwa – jest predysponowana do rozwoju na jej terenie wyspecjalizowanych form podróży kulturowych. Szczególne znaczenie ma budowanie marki Wielkopolski jako kolebki polskiej państwowości. Także z perspektywy politycznego i cywilizacyjnego zakorzenienia Polski w łańciskiej (zachodnioeuropejskiej) wspólnoty kulturowej. Należałoby rozwinąć już realizowane inicjatywy oraz wykreować nowe tak, by przyciągnąć większą liczbę turystów nie tylko krajowych, ale także i zagranicznych. Realizacji tego założenia sprzyjałoby rozwijanie form turystyki kulturowej: dziedzictwa kulturowego, historycznej i żywej historii, militarnej. Znajdująca się na terenie Wielkopolski liczba muzeów, ich zróżnicowanie tematyczne oraz bogactwo zbiorów predysponują region do rozwoju turystyki muzealnej.

Instytucje tworzenia i upowszechniania kultury mogą w sposób znaczący przyczynić się do rozwoju turystyki kulturowej w województwie wielkopolskim. Dla pełniejszego ich wykorzystania niezbędna jest jednak koordynacja działań oraz współpraca z organizacjami turystycznymi. Ważna jest także rola organów samorządowych wszystkich szczebli. Mogą one pełnić różnorakie funkcje: inicjatora, koordynatora, czasem nawet mediatora między rywalizującymi ze sobą instytucjami kulturalnymi. Wszystkie te działania miałyby na celu pełniejsze wykorzystanie dziedzictwa kulturowego dla rozwoju turystyki w Wielkopolsce.

2.3.11 Obszary wyróżniające się potencjałem recepcyjnym i usługowym w Wielkopolsce

Mimo niewątpliwie dużej atrakcyjności turystycznej, zarówno przyrodniczej jak i kulturowej Pojezierza Wielkopolskiego, obszarem odznaczającym się najwyższym potencjałem recepcyjnym i usługowym województwa wielkopolskiego pozostaje rejon aglomeracji poznańskiej, tj. miasto Poznań oraz sąsiadujące gminy, należące do powiatu poznańskiego.

W granicach subregionu poznańskiego, obejmującego powiat obornicki, poznański (bez miasta Poznania), szamotulski, średzki i śremski w 2012 roku występowało 119 obiektów noclegowych z najwyższą koncentracją w powiecie poznańskim (74 obiekty). W pozostałych powiatach subregionu liczba placówek noclegowych wahała się od 6 w powiecie obornickim do 15 w powiecie śremskim. Liczba miejsc noclegowych w powiecie poznańskim wynosiła 4124 (prawie 70% miejsc całego subregionu), w pozostałych powiatach utrzymywała się w granicach od 301 w powiecie obornickim do 618 w śremskim.

Poza subregionem poznańskim, zarówno pod względem liczby obiektów noclegowych jak i udostępnianych miejsc noclegowych, wyróżnia się subregion leszczyński, na terenie którego zlokalizowane są 172 obiekty noclegowe dysponujące łącznie 10207 miejscami noclegowymi. W ramach subregionu najbardziej rozbudowaną bazą noclegową odznaczały się powiaty leszczyński (46 obiektów noclegowych z 3005 miejscami), międzychodzki (27 obiektów z 2346 miejscami) oraz wolsztyński (28 obiektów i 1857 miejsc). Sytuacja ta wiąże się z dużą atrakcyjnością przyrodniczą powiatów wchodzących w skład Pojezierza Leszczyńskiego. Wszystkie wymienione powiaty posiadają silnie rozwiniętą funkcję wypoczynkowo-rekreacyjną. Na terenie powiatu leszczyńskiego znaczną popularnością, zarówno w sezonie letnim jak i w czasie weekendów, cieszą się m.in. miejscowości: Boszkowo, Rydzyna, Lipno, Osieczna. W powiecie międzychodzkiem na szczególną uwagę zasługują: Międzychód, Chrzypsko Wielkie oraz Sieraków. W powiecie wolsztyńskim natomiast znaczący ruch turystyczno-wypoczynkowy występuje w miejscowościach Wolsztyn (Karpicko), Przemęt, Tuchorza, Świętno.

Znaczną koncentracją bazy noclegowej odznacza się także subregion koniński, a w szczególności powiaty: koniński (51 obiektów noclegowych i 3972 miejsca noclegowe) oraz gnieźnieński z podobną liczbą obiektów noclegowych (52), jednak ze zdecydowanie niższą liczbą miejsc noclegowych (2954). Oba powiaty posiadają na swoim terenie zarówno atrakcyjne walory przyrodnicze (liczne jeziora należące do Pojezierza Gnieźnieńskiego), jak i wyjątkowo cenne walory kulturowe związane w większości z najstarszym okresem dziejów Państwa Polskiego (Katedra Gnieźnieńska, Ostrów Lednicki i inne). Do popularnych miejscowości turystycznych zaliczyć należy

m.in. w granicach powiatu gnieźnieńskiego – Gniezno, Skorzęcin, Lednicę; w powiecie konińskim natomiast Konin, Ślesin, Mikorzyn, Licheń Stary, Kazimierz Biskupi.

W subregionie kaliskim, na terenie którego znajdują się 92 obiekty noclegowe, liczące łącznie 5016 miejsc noclegowych, koncentracja usług noclegowych występuje w powiatach pleszewskim (16) oraz ostrowskim (17), przy czym zdecydowanie najwyższą liczbą miejsc noclegowych dysponuje powiat pleszewski (1142). Drugie miejsce pod względem liczby miejsc noclegowych zajmuje miasto Kalisz (811), przy niższej liczbie obiektów noclegowych (11).

W subregionie pilskim najlepiej rozwiniętą bazę noclegową posiada powiat pilski (23 obiekty i 1206 miejsc noclegowych).

Poznań dominuje zdecydowanie pod względem wyposażenia w placówki muzealne, teatralne, kina, biblioteki. Stąd też bardzo duża liczba zgromadzonych na tym terenie muzealiów (377608 eksponatów, tj. ponad 50% stanu z całego województwa). Znaczącą pozycję w tym względzie posiada miasto Kalisz oraz 3 powiaty subregionu kaliskiego – krotoszyński, ostrowski i pleszewski. Podobnie przedstawiała się sytuacja w powiecie gnieźnieńskim, zaliczanym do subregionu konińskiego oraz powiecie nowotomyskim reprezentującym subregion leszczyński (3 placówki).

Głównymi ośrodkami sztuki teatralnej są oprócz Poznania - Kalisz i Gniezno.

Pod względem wyposażenia w biblioteki wyróżniają się: powiat poznański (65 placówek), miasto Poznań (54 placówki) i powiat ostrowski (40 placówek).

Pod względem poziomu rozwoju usług medycznych wyróżniają się oprócz Poznania, miasto Konin, miasto Leszno oraz powiaty: pilski, czarnkowsko-trzcianecki, śremski, gnieźnieński, obornicki i chodzieski.

Reasumując, na terenie województwa wielkopolskiego, atrakcyjnego zarówno pod względem walorów środowiska przyrodniczego jak i unikalnych walorów kulturowych, wskazać można kilka wyróżniających pod względem potencjału recepcyjnego oraz usługowego jednostek terytorialnych.

Wyróżniającymi się na skali województwa obszarami recepcyjnymi są większe ośrodki miejskie (byłe miasta wojewódzkie): Kalisz, Leszno, Konin oraz Piła. W kategorii powiatów szczególne miejsce zajmuje powiat gnieźnieński, dysponujący szerokim wachlarzem usług kulturowych oraz medycznych, a także rozbudowaną bazą noclegową i gastronomiczną nie tylko na terenie miasta Gniezna, ale przede wszystkim na terenach atrakcyjnych pod względem przyrodniczym, pełniących funkcję wypoczynkową (Skorzęcin, Lednica). Dobrze przygotowane pod kątem możliwości zaspokajania potrzeb turystów są także inne atrakcyjne przyrodniczo powiaty: leszczyński, międzychodzki, wolsztyński (w granicach subregionu leszczyńskiego), ostrowski i pleszewski w granicach subregionu kaliskiego, koniński oraz słupecki na terenie subregionu konińskiego, a także czarnkowsko-trzcianecki w subregionie pilskim.

2.4 Pozostałe wybrane elementy gospodarki turystycznej

2.4.1 Zatrudnienie, kwalifikacje i kształcenie kadry turystycznej

Zatrudnienie i kwalifikacje

Pod względem liczby pracujących, województwo wielkopolskie, skupiające blisko 10% ogółu pracujących w kraju, w 2012 r. zajmowało 3. miejsce po województwach mazowieckim i śląskim. Jak wynika z Rachunku Satelitarne Turystyki dla Polski za lata 2009 – 2010 w charakterystycznych rodzajach działalności turystycznej pracowało w skali kraju 518,4 tys. osób (w 2011 r.), co stanowiło prawie 6% siły roboczej w całej gospodarce. Na tej podstawie oszacowano, że łączna liczba pracujących w charakterystycznych rodzajach działalności turystycznej w Wielkopolsce wynosi 50,98 tys. osób.

Szczegółowe dane, udostępnione w ramach statystyki publicznej, pozwalają na określenie liczby, dynamiki i struktury zatrudnienia w sekcji I, która obejmuje działalność związaną z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi (tab. 34).

Tab. 34 Liczba pracujących w województwie wielkopolskim w sekcji I PKD (działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi)

	2009	2010	2011	2012
Ogółem osób	20921	19604	19821	21113
Kobiety	13429	12464	12590	13442
Mężczyźni	7492	7140	7231	7671

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Głównego Urzędu Statystycznego

W roku 2012 w działalności związanej z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi pracowało ponad 21 tysięcy osób z czego 64% stanowiły kobiety. Po spadku zatrudnienia, które było efektem echa kryzysu gospodarczego, w roku 2012 nastąpił wzrost liczby zatrudnionych, związany w pewnym stopniu z rozwojem infrastruktury na potrzeby Mistrzostw Europy w piłce nożnej Euro 2012. Analizując strukturę zatrudnienia, przy uwzględnieniu kryterium własności podmiotów, można wskazać, że w roku 2012 zaledwie 4% pracujących zatrudnionych było w sektorze publicznym.

Pomimo wejścia w życie w styczniu 2014 roku tzw. ustawy deregulacyjnej⁷², znoszącej (nie licząc przewodników górskich) wydawanie państwowych uprawnień do wykonywania zadań pilota wycieczek i przewodnika turystycznego, piloci i przewodnicy turystyczni wciąż pełnią ważną rolę w kadrach gospodarki turystycznej. Liczbę przewodników turystycznych w województwie wielkopolskim przedstawiono w tab. 35.

⁷² Ustawa z dnia 13 czerwca 2013 r. o zmianie ustaw regulujących wykonywanie niektórych zawodów (Dz. U. z 2013, poz. 829)

Tab. 35 Liczba przewodników turystycznych w województwie wielkopolskim

	2009	2010	2011	2012	Zmiana 2009/2012
Ogółem	808	840	886	925	14%
miejscy	367	395	424	458	25%
terenowi	413	416	431	435	5%
górcy	28	29	31	32	14%

Źródło: dane Departamentu Sportu i Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego w Poznaniu

Jak wynika z powyższych danych, w analizowanym okresie w Wielkopolsce nastąpił wzrost liczby przewodników turystycznych o 14%. Największą dynamikę zaobserwować można było w przypadku przewodników miejskich, których liczba pomiędzy 2009 a 2012 rokiem wzrosła o jedną czwartą.

Jedną z podstawowych kompetencji wymaganych od przewodników turystycznych jest znajomość języków obcych. W tab. 36 przedstawiono dane na temat liczby przewodników z udokumentowaną znajomością języków obcych.

Tab. 36 Liczba przewodników turystycznych w województwie wielkopolskim z udokumentowaną znajomością języków obcych

	2009	2010	2011	2012	Zmiana 2009/2012
Ogółem	130	148	162	177	36%
j. angielski	42	55	64	68	62%
j. niemiecki	46	51	52	54	17%
j. francuski	18	18	18	22	22%
j. rosyjski	16	16	16	16	0%
Inny język	8	8	12	17	113%

Źródło: dane Departamentu Sportu i Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego w Poznaniu

W analizowanym okresie nastąpił istotny wzrost liczby przewodników z udokumentowaną znajomością języków obcych (o 36%). Dotyczy to szczególnie osób posługujących się językiem angielskim (wzrost o 62%) oraz innymi językami obcymi (wzrost o 113%). Mimo to, przewodnicy znający języki obce stanowili w roku 2012 zaledwie 19% przewodników ogółem, co w obliczu rosnącej internacjonalizacji turystyki stanowi wartość niewystarczającą.

W roku 2012 w województwie wielkopolskim było 2295 osób, które posiadały uprawnienia pilota turystycznego (62% stanowiły kobiety). Pomiedzy rokiem 2009 a 2012 ich liczba wzrosła o 15%.

Tab. 37 Liczba pilotów turystycznych w województwie wielkopolskim

	2009	2010	2011	2012	Zmiana 2009/2012
Ogółem	2002	2133	2215	2295	15%
Kobiety	1231	1320	1374	1430	16%
Mężczyźni	771	813	841	865	12%

Źródło: dane Departamentu Sportu i Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego w Poznaniu

Znajomość języków obcych przez pilotów wycieczek przedstawiona została w tab. 38. Najczęściej posługują się oni językiem angielskim (43% osób z udokumentowaną znajomością języków obcych w roku 2012) oraz językiem niemieckim (21%).

Tab. 38 Liczba pilotów turystycznych w województwie wielkopolskim z udokumentowaną znajomością języków obcych

	2009	2010	2011	2012	Zmiana 2009/2012
Ogółem	697	771	822	876	26%
j. angielski	286	325	351	379	33%
j. niemiecki	165	173	178	185	12%
j. francuski	67	72	72	75	12%
j. rosyjski	61	61	65	68	11%
Inny język	118	140	156	169	43%

Źródło: dane Departamentu Sportu i Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego w Poznaniu

Największy przyrost udokumentowanej znajomości języków obcych odnotowano w przypadku języka angielskiego (o 33% od 2009 roku) oraz innych języków (43%). Nadal jednak tylko 38% wszystkich pilotów deklaroowało znajomość języków obcych w 2012.

Kształcenie kadr dla gospodarki turystycznej w województwie wielkopolskim

Kadra turystyczna w województwie wielkopolskim zdobywa wiedzę formalną w trakcie edukacji na poziomie średnim i wyższym. Edukacja wyższa kadr dla gospodarki turystycznej odbywa się w Wielkopolsce głównie na studiach na kierunku Turystyka i Rekreacja. Analiza oferty edukacyjnej wskazuje na trend polegający na jej wzbogacaniu poprzez wprowadzanie nowych specjalności odpowiadających zmieniającym się oczekiwaniom rynku. Obserwuje się także początek zjawiska konsolidacji uczelni, które jest efektem niekorzystnych zmian demograficznych oraz wygaszanie specjalności związanych z turystyką w mniejszych, niepublicznych uczelniach. W tab. 39 przedstawione uczelnie wyższe kształcące kadry dla gospodarki turystycznej w Wielkopolsce, wraz ze wskazaniem specjalności oraz tematu studiów podyplomowych.

Tab. 39 Publiczne i niepubliczne uczelnie prowadzące zajęcia na kierunku/specjalności o charakterze turystycznym

Uczelnia	Specjalność:	Studia podyplomowe
Kierunek: gospodarka turystyczna		
Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu	1 stopień <ul style="list-style-type: none"> • Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym • Zarządzanie turystyką w regionie 	
	2 stopień <ul style="list-style-type: none"> • Międzynarodowy biznes turystyczny 	
Kierunek: turystyka i rekreacja		
Uniwersytet im. Adama	1 stopień	• Pilotaż wycieczek, rezydent

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

<p>Mickiewicza w Poznaniu</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Turystyka i rekreacja <p>2 stopień</p> <ul style="list-style-type: none"> • Turystyka Międzynarodowa 	<ul style="list-style-type: none"> • Przewodnictwo turystyczne • Prowadzenie przedsiębiorstwa turystycznego, systemy rezerwacji • Prawo w turystyce • Geoturystyka • Organizacja turystyki aktywnej: wspinaczka skałkowa, turystyka jaskiniowa • Organizacja turystyki aktywnej: jeździectwo • Organizacja turystyki aktywnej: kajakarstwo • Turystyka kulturowa
<p>Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Zamiejscowy Ośrodek Dydaktyczny w Pile</p>	<p>1 stopień</p> <ul style="list-style-type: none"> • Turystyka i rekreacja • Turystyka i rekreacja specjalność chińsko-japońska 	
<p>Akademia Wychowania Fizycznego im. E. Piaseckiego w Poznaniu</p>	<p>1 stopień</p> <ul style="list-style-type: none"> • obsługa ruchu turystycznego • rekreacja • hotelarstwo • turystyka kulturowa z dziennikarstwem • dietetyka w turystyce i rekreacji • ekoturystyka <p>2 stopień</p> <ul style="list-style-type: none"> • animacja czasu wolnego • turystyka zrównoważona • turystyka międzynarodowa • gastronomia w turystyce • menadżer turystyki i rekreacji 	<ul style="list-style-type: none"> • Menedżer Usług Rekreacyjnych
<p>Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu</p>	<p>1 stopień</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agroturystyka <p>2 stopień</p> <ul style="list-style-type: none"> • Turystyka przyrodnicza 	
<p>Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Lesznie</p>	<p>1 stopień</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aeroturystyka • Agroturystyka • Hotelarstwo i gastronomia w turystyce • Turystyka zrównoważona 	<ul style="list-style-type: none"> • Turystyka wiejska i agroturystyka • Turystyka zrównoważona w gminie • Animacja i pedagogika czasu wolnego
<p>Wyższa Szkoła Techniczno-Humanistyczna Kadry dla Europy w Poznaniu</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Turystyka Biznesowa • Turystyka Zdrowia (wellness, uzdrowiskowa i zdrowotna) • Zarządzanie w gospodarce turystycznej • Ekoturystyka • Hotelarstwo • Turystyka aktywna i rekreacja ruchowa • Pilotaż i przewodnictwo dla osób z niepełnosprawnością 	<ul style="list-style-type: none"> • Zarządzanie firmą turystyczną i hotelarską • Zarządzanie rekreacją - menedżer rekreacji

<p>Wyższa Szkoła Hotelarstwa i Gastronomii w Poznaniu</p>	<p>1 i 2 stopień:</p> <ul style="list-style-type: none"> • hotelarstwo i gastronomia • obsługa ruchu turystycznego • zarządzanie i marketing w hotelarstwie gastronomii, turystyce i rekreacji • rekreacja ruchowa 	<ul style="list-style-type: none"> • Dietetyka i planowanie żywienia • Animator i Manager kultury • Zarządzanie nowoczesnym obiektem hotelowym • Nowoczesne zarządzanie w gastronomii • Zarządzanie imprezami i obiektami sportowymi • Organizacja SPA i Wellness w hotelarstwie • Aranżacja wnętrz obiektów hotelowych i projektowanie zakładów gastronomicznych
<p>Wyższa Szkoła Handlu i Usług w Poznaniu</p>	<p>1 stopień:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Animacja czasu wolnego • Dietetyka w turystyce i rekreacji • Hipoterapia • Jeździectwo • Hotelarstwo, wellness & spa • Turystyka międzynarodowa • Zarządzanie turystyką • Trener osobisty fitness • Menedżer eventów 	<ul style="list-style-type: none"> • Zarządzanie turystyką i hotelarstwem
<p>Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu</p>	<p>1 stopień:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Animacja czasu wolnego • Hotelarstwo • Obsługa ruchu turystycznego i pilotaż wycieczek • Turystyka zdrowotna, SPA i wellness <p>2 stopień</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menedżer hotelarstwa • Menedżer obiektów SPA i wellness • Menedżer rekreacji • Menedżer turystyki 	<ul style="list-style-type: none"> • Zarządzanie Obiektami Hotelarskimi oraz Spa i Wellness
Kierunek: zarządzanie		
<p>Poznańska Wyższa Szkoła Biznesu</p>	<p>1 stopień</p> <ul style="list-style-type: none"> • Turystyka i hotelarstwo • Zarządzanie jakością w usługach turystycznych i hotelarskich • Agrobiznes (Agroturystyka) 	<ul style="list-style-type: none"> • Menedżer turystyki i rekreacji • Turystyka osób starszych i niepełnosprawnych • Turystyka wiejska

Źródło: opracowanie własne

Prezentowana oferta ma charakter potencjalny tzn. wiele z przedstawionych specjalności nie jest uruchamianych ze względu na brak zainteresowania ze strony studentów. W najbliższej przyszłości spodziewać się można także, że edukacja kadr dla gospodarki turystycznej prowadzona będzie w tylko w kilku, najsilniejszych ośrodkach akademickich.

2.4.2 Imprezy i wydarzenia podnoszące atrakcyjność turystyczną regionu

W Wielkopolsce organizowane są imprezy sportowe i wydarzenia kulturalne o zróżnicowanej randze: międzynarodowej, krajowej, regionalnej i lokalnej (patrz rozdział 2.1.4). Z raportu opracowanego przez A. Mikos v. Rohrscheidt (2013: s. 78) wynika, że w Wielkopolsce odbywa się rocznie 89 cyklicznych imprez kulturalnych mających wpływ na atrakcyjność turystyczną regionu. Według autora tylko 8 imprez ma zasięg międzynarodowy, 37 krajowy, a 44 regionalny. Szczególne znaczenie mają te imprezy, które ze względu na czas trwania oraz ponadregionalny charakter pozwalają na przyciągnięcie i zatrzymanie w Wielkopolsce podróżnych z kraju i zagranicy. Długość i charakter imprezy są więc podstawowymi determinantami ekonomicznej roli wydarzenia dla gospodarki regionu.

Poniższe zestawienie imprez i wydarzeń podnoszących atrakcyjność turystyczną regionu powstało w oparciu o wcześniejsze opracowania i kwerendy. Ponadto, wykorzystano metodę heurystyczną polegającą na krytycznej ocenie znaczenia wydarzenia przez zespół ekspertów. W zestawieniu (tab. 40) przedstawiono tylko te wydarzenia, które mają charakter cykliczny, ponieważ ich wpływ na trwałe podniesienie atrakcyjności regionu jest największy. Wydarzenie pogrupowane zostały według ich rodzaju oraz rangi. W ramach rodzaju wyodrębnione zostały wydarzenia o charakterze: sportowym, muzycznym, teatralnym, filmowym oraz imprezy w przestrzeni miejskiej i festyny uliczne. Ranga wydarzeń oceniona została jako międzynarodowa lub krajowa. Nie uwzględniono wydarzeń regionalnych, których głównymi odbiorcami są mieszkańcy Wielkopolski.

Tab. 40 Międzynarodowe oraz krajowe imprezy i wydarzenia podnoszące atrakcyjność turystyczną regionu

Miejsce	Nazwa	Opis	Termin	Organizator/źródło
Wydarzenia i imprezy muzyczne				
Poznań	Międzynarodowy Konkurs Skrzypcowy im. H. Wieniawskiego	najstarszy konkurs skrzypcowy na świecie	wrzesień	www.wieniawski.pl
Poznań	Międzynarodowy Festiwal Chórów Uniwersyteckich „Universitas Cantat”	niekonkursowy festiwal chóralny	czerwiec	www.cantat.amu.edu.pl/
Poznań	Ethno Port	festiwal muzyki typu <i>world music</i>	czerwiec	www.ethnoport.pl
Kalisz	Międzynarodowy Festiwal Pianistów Jazzowych	jedna z najstarszych imprez jazzowych w Polsce	listopad	www.ckis.kalisz.pl
Kalisz	Chopin w Barwach Jesieni	piąty na świecie i drugi w Polsce Festiwal Chopinowski	wrzesień	www.chopin-antonin.pl
Chodzież	Międzynarodowe	letnia szkoła jazzu	sierpień	www.chdk.com.pl

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

	Chodzieskie Warsztaty Jazzowe "Chojazz"			
Jarocin	Jarocin Festiwal	plenerowy festiwal muzyki rockowej	lipiec	www.jarocin-festiwal.patefon.pl
Konin	Międzynarodowy Dziecięcy Festiwal Piosenki i Tańca	przeгляд artystów dziecięcych	lipiec	www.festiwaldziecięcy.pl
Wydarzenia teatralne				
Poznań	Malta Festival	festiwal teatralny z akcentem na teatr offowy	czerwiec	www.malta-festival.pl
Kalisz	Kaliskie Spotkania Teatralne	festiwal teatralny	maj	www.teatr.kalisz.pl
Wydarzenia i imprezy filmowe				
Poznań	Transatlantyk Festival Poznań	międzynarodowy festiwal filmu i muzyki	sierpień	www.transatlantyk.org
Poznań	Międzynarodowy Festiwal Filmów Młodego Widza Ale Kino!	festiwal kina dla dzieci i młodzieży	grudzień	www.alekino.com
Poznań	Międzynarodowy Festiwal Filmów Dokumentalnych OFF CINEMA	festiwal kina niezależnego	listopad	www.offcinema.pl
Poznań	Międzynarodowy Festiwal Filmów Animowanych Animator	przeгляд filmów animowanych	lipiec	www animator-festival.com
Września	Ogólnopolski Festiwal Sztuki Filmowej Prowincjonałi	konkursowy przeгляд filmowy	lutý	www.prowincjonalia.com.pl
Konin	Ogólnopolski Konkurs Filmów Niezależnych OKFA	konkursowy przeгляд filmowy	czerwiec	www.okfa.ckis.konin.pl
Wydarzenia i imprezy sportowe				
Nowy Tomyśl, Grodzisk Wlkp., Wolsztyn	Gwint Ultra Cross	ultramaraton – bieg przełajowy	maj	www.ultragwint.pl
woj.wlkp.	Grand Prix Wielkopolski w Półmaratonie	cykl imprez biegowych	kwiecień - listopad	www.szswielkoposka.pl/gp
woj.wlkp.	Grand Prix Wielkopolski w Pływaniu Długodystansowym	cykl imprez pływackich	czerwiec - wrzesień	
Poznań	Poznań Maraton im. Macieja	uliczny bieg maratoński	październik	www.marathon.poznan.pl

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

	Frankiewicza			
Poznań	Poznań Open	międzynarodowy turniej tenisowy ATP	lipiec	www.poznanopen.pl
Poznań	Memoriał Macieja Frankiewicza –	międzynarodowe zawody w skokach przez przeszkody CSI	czerwiec	www.csi4.pl
Poznań	Cavaliada	międzynarodowe halowe zawody w skokach przez przeszkody CSI	grudzień	hwww.cavaliada-poznan.pl
Poznań	Mistrzostwa Świata w Smoczach Łodziach	wyścigi łodzi na jeziorze Maltańskim	sierpień	www.dragon.kayakpl.com
Chodzież	Motorowodne Mistrzostwa Świata	mistrzostwa świata w klasie OSY-400	czerwiec	www.chodzieskiewopr.pl
Leszno	Mistrzostwa Świata Kobiet w Balonach na Ogrzane Powietrze	mistrzostwa świata	wrzesień	www.womenworldballoon2014.pl
Leszno	Szybowcowe Mistrzostwa Świata	mistrzostwa świata	lipiec - sierpień	www.aeroklub.leszno.pl
Ślesin	GARMIN IRON TRIATHLON	triathlon	czerwiec	www.irontriathlon.pl
Ślesin Skulsk	Mistrzostwa Motorowodne	mistrzostwa międzynarodowe	czerwiec-sierpień	www.wzmwinw.pl
Imprezy plenerowe (w przestrzeni miasta) i festyny uliczne				
Poznań	Imieniny ulicy Święty Marcin	parada uliczna i festyn	listopad	www.zamek.poznan.pl
Poznań	Ogólnopolski Festiwal Dobrego Smaku	jarmark producentów wysokiej jakości naturalnej żywności, pokazy kulinarne i koncerty	sierpień	www.ofds.pl/pl/
Poznań	Jarmark Świętojański	prezentacja wyrobów rękodzielniczych, kulinarnych oraz wydarzenia artystyczne	czerwiec	www.jarmarkswietojański.poznan.pl
Poznań	Betlejem Poznańskie i Międzynarodowy Festiwal Rzeźby Lodowej	jedyne tego typu wydarzenie w Europie, na którym spotykają się najlepsi lodowi rzeźbiarze z całego świata.	grudzień	www.iceteam.pl
Poznań	Poznań za pół ceny	wydarzenie promujące ofertę	maj	www.poznan.travel/pl/poznan-za-pol-ceny

		turystyczną miasta promocyjnych cenach	w		
Leszno	Festyn Powrót Króla	parada pokazy artystyczne warsztaty	oraz	wrzesień	www.leszno.pl
Wolsztyn	Parada Parowozów	Parada parowozów		maj	www.parowozowniawolsztyn. pl

Źródło: opracowanie własne na podstawie Mikos v. Rohrscheidt oraz kwerendy źródeł internetowych.

Wydarzenia o międzynarodowym i krajowym charakterze same w sobie stanowią cel wizyt turystycznych (lub mogą być uzupełnieniem przyjazdów motywowanych celami biznesowymi lub poznawczymi). Wydarzenia regionalne mają zdecydowanie charakter komplementarny oraz mogą wzbogacić wizyty turystyczne i w efekcie przyczynić się ich przedłużenia.

2.4.3 Wydatki na turystykę z budżetów samorządów terytorialnych

W perspektywie finansowej 2007-2013 wielkopolskie samorzady gminne wraz z miastami na prawach powiatu przeznaczyły na turystykę łącznie 228,5 miliona złotych (pozycja 630 – wydatki na turystykę) przy łącznym poziomie wydatków w Polsce na poziomie 2,7 miliarda złotych (tab. 41). Daje to udział Wielkopolski na poziomie niemal 8,5% w tej pozycji wydatków w Polsce. Pod względem łącznej sumy wydatków Wielkopolskę wyprzedzają województwa pomorskie (516 mln), dolnośląskie (297 mln) oraz zachodniopomorskie i warmińsko-mazurskie (po 262 mln).

W województwie niekwestionowanym liderem jest powiat poznański, którego samorzady wydatkowały 67,5 miliona w okresie 7 lat. Najmniej na ten cel przeznaczono w powiecie kępińskim – nieco ponad 20 tysięcy złotych, co oznacza ogromne dysproporcje w tym zakresie. Ten fakt skłania do refleksji o możliwym dysonansie rozwojowym obszarów peryferyjnych i pogłębiających się dysproporcjach w zakresie rozwoju zjawisk turystycznych pomimo niezbyt dużych różnic w potencjale turystycznym. W szczególności chodzi o obszary znacząco oddalone od aglomeracji poznańskiej w układzie terytorialnym NTS 4.

Biorąc pod uwagę rozkład wydatków w czasie, najwyższy poziom zanotowano w roku 2010, kiedy wydano 77 milionów złotych, zaś najmniej w roku 2007, nieco ponad 10 milionów, co jest związane z początkiem perspektywy finansowej wydatkowania funduszy z Unii Europejskiej.

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

Tab. 41 Wydatki gmin łącznie z miastami na prawach powiatu w Polsce na turystykę (pozycja 630) w latach 2007-2013

Jednostka terytorialna	gminy łącznie z miastami na prawach powiatu							
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Razem:
	zł	zł	zł	zł	zł	zł	zł	zł
POLSKA	173769576,84	161780067,32	241948559,14	606307323,88	629121307,77	500244791,30	424476277,18	2 737 647 903,43
ŁÓDZKIE	4188363,85	14622126,10	3352317,29	19061121,99	32673444,89	23683918,95	10529979,05	108 111 272,12
MAZOWIECKIE	11584851,09	7650244,54	9121098,59	14735521,90	18847851,04	35316309,44	23405162,87	120 661 039,47
MAŁOPOLSKIE	3308045,79	4937673,42	9663435,71	28982038,55	14839716,40	19288147,07	23492446,62	104 511 503,56
ŚLĄSKIE	11440841,28	5356815,80	16529991,67	32990372,96	51209618,08	18187530,55	21629411,79	157 344 582,13
LUBELSKIE	1658984,04	2238190,65	3080669,41	6066030,89	24945639,09	31756587,22	32400302,32	102 146 403,62
PODKARPACKIE	6235497,07	9388925,08	4058287,44	15287912,80	19094528,30	19160483,84	24505704,79	97 731 339,32
PODLASKIE	9525981,23	2388203,92	34662322,33	46881401,11	23009791,96	20174640,57	26405044,29	163 047 385,41
ŚWIĘTOKRZYSKIE	4514350,19	1643157,84	3439502,14	11645610,88	7415882,93	11010137,55	12834579,02	52 503 220,55
LUBUSKIE	14129865,66	2826802,11	7430557,22	12092057,70	18178378,48	20806009,14	19283453,26	94 747 123,57
WIELKOPOLSKIE	10231625,74	15234558,81	34559910,80	77362207,04	42154440,54	26069544,11	22921009,14	228 533 296,18
ZACHODNIOPOMORSKIE	21292433,12	15253703,01	15213009,77	49964317,04	52478868,18	62551600,16	46177679,34	262 931 610,62
DOLNOŚLĄSKIE	17846764,38	15221812,89	23130965,77	57185543,87	68521612,64	50865161,63	64511553,20	297 283 414,38
OPOLSKIE	13557770,52	5342951,92	7991726,01	15479509,43	18603118,75	8861643,30	3440067,70	73 276 787,63
KUJAWSKO-POMORSKIE	6141431,90	7234374,93	7277496,67	18307844,78	24284279,14	20015248,57	12581938,37	95 842 614,36
POMORSKIE	27044647,74	33142347,01	44293039,08	128088790,19	128842998,26	83463936,76	72016785,03	516 892 544,07
WARMIŃSKO-MAZURSKIE	11068123,24	19298179,29	18144229,24	72177042,75	84021139,09	49033892,44	8341160,39	262 083 766,44

Źródło: Bank Danych Lokalnych GUS [dostęp: 30.09.2014]

Tab. 42 Wydatki wielkopolskich gmin łącznie z miastami na prawach powiatu na turystykę (pozycja 630) w latach 2007-2013 w układzie NTS 4.

Jednostka terytorialna	Razem:
	Zł
POLSKA	2 737 647 903,43
WIELKOPOLSKIE	228 533 296,18
Powiat jarociński	9 826 002,89
Powiat kaliski	1 312 702,29
Powiat kępiński	20 110,04
Powiat krotoszyński	81 864,99
Powiat ostrowski	9 113 978,55
Powiat ostrzeszowski	59 196,28
Powiat pleszewski	2 773 445,65
Powiat m.Kalisz	1 378 536,13
Powiat gnieźnieński	12 922 363,37
Powiat kolski	1 565 973,60
Powiat koniński	18 360 966,12
Powiat słupecki	2 842 651,69
Powiat turecki	1 845 902,04
Powiat wrzesiński	344 684,44
Powiat m.Konin	22 284 642,76
Powiat gostyński	1 411 621,86
Powiat grodziski	71 812,34
Powiat kościański	10 418 501,10
Powiat leszczyński	4 040 787,99
Powiat międzychodzki	9 429 766,71
Powiat nowotomyski	1 545 649,09
Powiat rawicki	1 172 851,02
Powiat wolsztyński	4 288 372,11
Powiat m.Leszno	3 605 099,41
Powiat chodzieski	7 676 035,12
Powiat czarnkowsko-trzcianecki	8 255 062,83
Powiat pilski	6 657 683,56
Powiat wągrowiecki	3 794 746,47
Powiat złotowski	1 950 846,01
Powiat obornicki	329 500,35
Powiat poznański	67 566 466,15
Powiat szamotulski	825 367,21
Powiat średzki	1 317 182,28
Powiat śremski	463 861,30
Powiat m.Poznań	8 979 062,43

Źródło: Bank Danych Lokalnych GUS [dostęp: 30.09.2014]

Zdecydowanie mniejsze budżety z przeznaczeniem na turystykę mają starostwa powiatowe, zarówno w skali ogólnopolskiej, jak i w Wielkopolsce, które w latach 2007-2013 na turystykę wydały 11,1 miliona złotych. W Polsce wszystkie starostwa powiatowe przeznaczyły na turystykę w tej samej perspektywie finansowej 163,8 miliona złotych co oznacza, że udział Wielkopolski to 6,7%, a więc nieco mniej niż w przypadku samorządów gminnych. Biorąc pod uwagę rozkład terytorialny, w przypadku tej grupy jednostek przewodzi powiat kościański

z wydatkami na poziomie 3,7 miliona złotych, następnie powiat gnieźnieński i jarociński, odpowiednio 2,4 i 1,2 miliona złotych. Podobnie jak w przypadku samorządów gminnych można zaobserwować dosyć duże dysproporcje pomiędzy poszczególnymi powiatami.

Tab. 43 Wydatki wielkopolskich starostw powiatowych na turystykę (pozycja 630) w latach 2007-2013 w układzie NTS 4.

Jednostka terytorialna	Razem
	Zł
POLSKA	163 840 772,69
WIELKOPOLSKIE	11 129 362,13
Powiat jarociński	1 212 409,60
Powiat kaliski	67 836,58
Powiat kępiński	2 693,27
Powiat krotoszyński	42 635,13
Powiat ostrowski	165 362,00
Powiat ostrzeszowski	3 308,94
Powiat pleszewski	90 580,61
Powiat gnieźnieński	2 439 843,75
Powiat koniński	502 046,37
Powiat słupecki	13 500,00
Powiat wrzesiński	60 000,00
Powiat gostyński	62 562,89
Powiat grodziski	54 751,62
Powiat kościański	3 735 027,03
Powiat leszczyński	79 287,62
Powiat międzychodzki	42 449,65
Powiat nowotomyski	597 372,80
Powiat rawicki	56 291,23
Powiat wolsztyński	542 659,12
Powiat chodzieski	9 433,87
Powiat czarnkowsko-trzcianecki	78 592,07
Powiat pilski	134 640,30
Powiat wągrowiecki	149 028,53
Powiat obornicki	99 467,53
Powiat poznański	567 378,35
Powiat szamotulski	219 197,18
Powiat średzki	38 562,89
Powiat śremski	62 443,20

Źródło: Bank Danych Lokalnych GUS [dostęp: 30.09.2014]

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

Tab. 44 Wydatki starostw powiatowych w Polsce na turystykę w latach 2007-2013

Jednostka terytorialna	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Razem:
	zł	zł	zł	zł	zł	Zł	zł	zł
POLSKA	6422036,31	5695583,59	12139545,86	47743710,75	50334884,65	26371589,75	15133421,78	163 840 772,69
ŁÓDZKIE	149999,06	115531,99	1014091,89	1836503,26	1670141,46	1176406,64	87893,33	6 050 567,63
MAZOWIECKIE	776563,79	260316,71	104733,86	148500,35	166113,47	195027,85	778568,88	2 429 824,91
MAŁOPOLSKIE *	574590,20	707668,21	4316775,26	10427835,75	10290486,27	4555160,80	2779801,76	33 652 318,25
ŚLĄSKIE *	1120574,36	407984,50	673693,31	2906604,22	2168940,87	3240935,81	383435,79	10 902 168,86
LUBELSKIE	375797,27	597124,13	429526,79	1514574,95	3080935,27	1849133,03	781309,27	8 628 400,71
PODKARPACKIE *	6905,66	310942,27	22332,76	32775,43	129463,29	187089,41	114042,61	803 551,43
PODLASKIE	1009310,22	925649,80	52786,95	356916,66	811690,97	1820335,83	3633779,40	8 610 469,83
ŚWIĘTOKRZYSKIE	82494,86	195377,87	221685,13	356488,37	271337,16	235568,87	242270,96	1 605 223,22
LUBUSKIE	97335,36	8248,00	58872,62	158124,14	159125,79	1181075,43	2049674,83	3 712 456,17
WIELKOPOLSKIE	768779,18	524588,00	828651,01	2779739,42	3350674,26	1431880,69	1445049,57	11 129 362,13
ZACHODNIOPOMORSKIE	79605,27	605252,57	386121,32	5516293,75	217136,89	1390484,27	76154,81	8 271 048,88
DOLNOŚLĄSKIE	486656,46	202342,34	913845,60	2928405,28	6060279,23	4784904,82	506405,96	15 882 839,69
OPOLSKIE	108244,73	14741,82	12581,73	122633,56	84372,32	88873,01	23777,73	455 224,90
KUJAWSKO-POMORSKIE	71996,15	160998,99	361515,72	4001885,32	3477315,45	482691,62	241505,14	8 797 908,39
POMORSKIE	214659,74	434634,93	1735030,17	12291251,26	7670096,07	2037273,71	1060227,91	25 443 173,79
WARMIŃSKO-MAZURSKIE	498524,00	224181,46	1007301,74	2365179,03	10726775,88	1714747,96	929523,83	17 466 233,90

Źródło: Bank Danych Lokalnych GUS [dostęp: 30.092014]

Wydatki na turystykę ponoszono również z budżetu Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego. W latach 2007-2012 przeznaczono na ten cel 6,1 miliona złotych, najwyższe zaś wydatki miały miejsce w roku 2009 i 2010, odpowiednio po 1,65 i 1,13 miliona złotych. Podsumowując wydatki na turystykę wszystkich jednostek samorządu terytorialnego można stwierdzić, że ich łączna suma w latach 2007-2013 przekroczyła 245 milionów złotych, co daje średnio nieco ponad 35 milionów złotych rocznie. Istotną kwestią jest efektywność ich wydatkowania, co stanowić może osobny, istotny problem badawczy.

Tab. 45 Wydatki na turystykę z budżetu Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego w latach 2007-2012

Dział 630 Turystyka	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Budżet UMWW	873 345,87	966 406,10	1 659 070,85	1 134 762,17	746 010,84	726 318,92

Źródło: UMWW 2013.

Należy także podkreślić, że oszacowane kwoty dotyczą tylko jednej pozycji wydatków, która bezpośrednio wskazuje na turystykę. Biorąc pod uwagę heterogeniczność gospodarki turystycznej i jej rozproszenie należy wspomnieć, że samorzady wspierały jej rozwój w sposób pośredni, w ramach innych grup wydatków, takich jak rozwój infrastruktury, wsparcie kultury i dziedzictwa narodowego, ochrona środowiska, gospodarka komunalna, zdrowie i bezpieczeństwo czy też działania promocyjne oraz informacyjne. Niestety, w takim układzie brak jest oficjalnych danych statystycznych i w celu uzyskania szczegółowych informacji w tym zakresie należałoby przeprowadzić dodatkowe badania wśród jednostek samorządu terytorialnego województwa.

2.4.4 Wsparcie projektów turystycznych realizowanych w województwie wielkopolskim ze środków funduszy strukturalnych Unii Europejskiej

Niniejszy podrozdział dotyczy wsparcia projektów związanych z turystyką, które uzyskały dofinansowanie z funduszy pochodzących z Unii Europejskiej w perspektywie finansowej 2007-2013. Na wstępie należy jednak zaznaczyć, że w głównej mierze analiza dotyczy wsparcia z Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego, co związane jest z dostępnością danych statystycznych. Mając na uwadze rozproszenie działalności w gospodarce turystycznej oraz wielu możliwości wsparcia, liczby programów pomocowych i ich różnych poziomów, mieć należy świadomość możliwości realizacji innych projektów turystycznych, nie objętych niniejszą analizą.

Mając na uwadze siłę związku z turystyką, w pierwszej kolejności zdiagnozowano poziom wsparcia w ramach Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego w ramach działania 6.1 Turystyka, Schemat I: Infrastruktura turystyczna oraz Schemat II: Informacja i promocja turystyczna. Z tego programu w latach 2007-2013 dofinansowano łącznie 73 projekty na ogólną kwotę nieco ponad 136 milionów złotych. Łączna wartość tych projektów przekroczyła 289 milionów

złotych, przy średnim 47% procentowym poziomie wsparcia. Warto podkreślić, że wsparcie z tego programu objęło jednostki zarówno pierwszego, drugiego, jak i trzeciego sektora, przy czym dosyć duże były dysproporcje pomiędzy kwotami dla poszczególnych grup. Najmniejsze wsparcie otrzymały przedsiębiorstwa, najwięcej zaś skorzystały samorządy terytorialne oraz następnie tzw. instytucje otoczenia rynkowego, jak Wielkopolska Organizacja Turystyczna. Zaobserwowano dosyć duże wsparcie w ramach produktów markowych Wielkopolski wskazanych w strategii rozwoju województwa na lata 2007-2013. Jako ważnych beneficjentów w ujęciu przestrzennym można wskazać Poznań oraz Gniezno, które uzyskały dofinansowanie na swoje projekty zarówno w układzie samorządowym na poziomie NTS 5, jak i NTS 4, a także w ujęciu sektorowym.

Jako istotne z punktu widzenia diagnozy rynku turystycznego uznano także wsparcie dla działania 6.2 Rozwój kultury i zachowanie dziedzictwa kulturowego. Na ten cel w latach 2007-2013 przeznaczono 108 milionów złotych, natomiast całkowita wartość projektów wyniosła 175 milionów złotych. Dla tego działania średni poziom wsparcia minimalnie przekroczył poziom 61% i był zdecydowanie wyższy niż dla działania 6.1 Turystyka. Wsparcie uzyskały 64 projekty w całym województwie.

W ramach Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego wspierano również inne działania, w ramach których o środki mogły aplikować podmioty gospodarki turystycznej, jak np. 1.1 Wsparcie mikroprzedsiębiorstw czy 1.2 Wsparcie dla MSP. W ramach tych i pozostałych programów WRPO można jedynie mówić o pojedynczych projektach, które uzyskały dofinansowanie. Można w tym miejscu wspomnieć o konkursowych trybach rozdzielania środków i kryteriach wyboru projektów niekorzystnych dla podmiotów świadczących usługi turystyczne. Niezwykle trudno przekonać ekspertów, że np. modernizacja obiektu turystycznego jest bardziej innowacyjna niż zakup nowoczesnych linii technologicznych sterowanych komputerowo. Stąd też o dofinansowanie dla projektów turystycznych jest niezwykle trudno i warto zastanowić się zarówno nad wsparciem programowym, jak i szkoleniowym w ramach nowej perspektywy finansowej 2014-2020.

Tab. 46 Dofinansowanie projektów dla działania 6.1 z WRPO w latach 2007-2013

Nazwa beneficjenta	Siedziba beneficjenta	Tytuł projektu	Wartość projektu (PLN)	Dofinansowania projektu ze środków UE (PLN)
Gmina Osieczna	Osieczna	Modernizacja infrastruktury turystycznej na terenie letniska w Osiecznej	351 186,16 zł	182 380,90 zł
Gmina Okonek	Okonek	Modernizacja i budowa infrastruktury turystycznej nad jeziorem BAŁ w Okonku	412 261,35 zł	241 608,82 zł
Poznańska Lokalna Organizacja Turystyczna	Poznań	Wszystko gra – rozwój i promocja produktów turystycznych aglomeracji poznańskiej	474 312,14 zł	394 693,62 zł
Nadleśnictwo Przedborów	Przedborów	Przebudowa z rozbudową zadaszania leśnego wraz z otaczającą go infrastrukturą oraz budowa parkingu w miejscowości Przedborów	552 106,58 zł	288 260,24 zł
Fundacja Wielkopolskie Wioślarstwo	Poznań	Promocja Wielkopolski poprzez 2011 World Rowing Masters Regatta oraz cykl innych międzynarodowych imprez wioślarskich	590 214,69 zł	436 354,00 zł
Gmina Damasławek	Damasławek	Budowa kąpieliska gminnego w Kozielsku	623 405,87 zł	389 883,12 zł
Gmina Miejska Wągrowiec	Wągrowiec	„Wągrowiec perłą w koronie jezior” – promocja walorów turystycznych miasta	645 404,90 zł	546 465,07 zł
Gmina Ujście	Ujście	Aktywizacja Wielkiej Pętli Wielkopolski - etap I budowa przystani wodnych na rzece Noteć - budowa przystani rzecznej i promenady w Ujściu"	655 756,73 zł	415 863,32 zł
Gmina Koźminek	Koźminek	Budowa ścieżki rowerowej krajoznawczo – przyrodniczej wokół Zbiornika Murowaniec, gm. Koźminek	670 869,26 zł	431 098,72 zł
Gmina Nowy Tomyśl	Nowy Tomyśl	Budowa ścieżki rowerowej na odcinku Stary Tomyśl - Róża wzdłuż drogi 701 (2738P)	704 827,09 zł	458 137,60 zł
Związek Międzygminny „Puszcza Zielonka”	Murowana Goślina	Szlak kajakowy „Puszcza Zielonka”	743 937,03 zł	446 610,11 zł
Powiat Gnieźnieński	Gniezno	Zintegrowany system informacji wizualnej – szlaki i obiekty turystyczne w Powiecie Gnieźnieńskim	784 876,50 zł	498 413,97 zł
Gmina Śrem	Śrem	Aktywizacja Wielkiej Pętli Wielkopolski – Zagospodarowanie terenów nadbrzeżnych w Śremie, Etap I - Budowa ciągu pieszo-rowerowego wraz z oświetleniem	798 965,42 zł	519 327,52 zł
Gmina Zaniemyśl	Zaniemyśl	Budowa ścieżki pieszo – rowerowej przy jeziorze E. Raczyńskiego wraz z ciągiem pieszo – jezdnym prowadzącym do ośrodków	832 367,43 zł	539 056,33 zł

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

		wypoczynkowych w Zaniemięsł		
Gmina Miasto Gniezno	Gniezno	„Królewskie Gniezno w sercu Wielkopolski”	864 510,99 zł	628 490,95 zł
Powiat Gnieźnieński	Gniezno	Tu powstała Polska – promocja kulturowego produktu turystycznego Powiatu Gnieźnieńskiego, wizerunkowego produktu Wielkopolski	1 068 449,99 zł	897 378,29 zł
Gmina Wolsztyn	Wolsztyn	Budowa infrastruktury turystyczno - sportowej nad Jeziorem Wolsztyńskim w Wolsztynie	1 135 268,88 zł	699 947,74 zł
Powiat Rawicki	Rawicz	Budowa ścieżki rowerowej przy drodze powiatowej nr 5494P Dłóń – Paradów, odcinek Jutrosin – Dubin, na długości 3,574 km	1 140 874,14 zł	714 984,66 zł
Powiat Jarociński	Jarocin	Z Napoleonem do Wielkopolski – promocja walorów turystycznych i kulturowych regionu południowo-zachodniej Wielkopolski	1 211 782,07 zł	1 006 700,92 zł
Gmina Kleszczewo	Kleszczewo	Zagospodarowanie terenu parku w Kleszczewie dla celów rekreacyjnych.	1 235 442,04 zł	698 209,81 zł
Gmina Miasta Czarnków	Czarnków	Statkiem na EURO 2012 – rozwój turystyki wodnej szansą rozwoju regionu	1 267 748,98 zł	941 414,88 zł
Gmina Przemęt	Przemęt	Osiem Wieków Ziemi Przemęckiej – promocja turystyki poprzez kulturę i przyrodę	1 293 071,28 zł	1 098 977,98 zł
Gmina Kępno	Kępno	Zwiększenie atrakcyjności turystycznej Gminy Kępno	1 531 071,63 zł	926 485,10 zł
Wielkopolska Organizacja Turystyczna	Poznań	„SYSTEM INFORMACJI TURYSTYCZNEJ W WIELKOPOLSCE”	1 554 423,99 zł	830 438,35 zł
Gmina Miasto Ostrów Wielkopolski	Ostrów Wielkopolski	Modernizacja obiektu rekreacyjno-sportowego „PIASKI-SZCZYGLICZKA” w Ostrowie Wielkopolskim dla podniesienia atrakcyjności turystycznej miasta i okolic.	1 580 385,05 zł	1 009 693,77 zł
Gmina Zbąszyń	Zbąszyń	Rozbudowa głównych dróg rowerowych w gminie Zbąszyń oraz rozbudowa infrastruktury rekreacyjnej na plaży miejskiej w Zbąszyniu	1 711 258,52 zł	908 190,60 zł
Gmina Tarnowo Podgórne	Tarnowo Podgórne	Zagospodarowanie plaży jeziora Lusowskiego.	1 910 313,25 zł	636 170,93 zł
Gmina Międzychód	Międzychód	Centrum Turystyki Rowerowej i Wodnej wraz ze ścieżką rowerową i zapleczem sportowo- rekreacyjnym wzdłuż szlaku R1 w Puszczy Noteckiej w Międzychodzie	2 002 084,88 zł	1 301 314,39 zł

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

Miasto Leszno	Leszno	„Promocja produktów turystycznych południowo – zachodniej Wielkopolski”	2 037 134,27 zł	1 707 273,17 zł
Gmina Żerków	Żerków	Budowa obiektu sportowo - rekreacyjnego w Żerkowie ul. Jarocińska 35 - jako kontynuacja rozwoju funkcji turystycznej gminy.	2 132 673,64 zł	699 237,26 zł
Gmina Wilczyn	Wilczyn	Rewitalizacja terenu Gminnego Ośrodka Sportu i Rekreacji w Wilczynie	2 288 754,06 zł	1 481 607,82 zł
Gmina Miasto Ostrów Wielkopolski	Ostrów Wielkopolski	Modernizacja obiektu rekreacyjno-sportowego „PIASKI-SZCZYGLICZKA” w Ostrowie Wielkopolskim – ETAP II	2 366 407,20 zł	1 515 466,64 zł
Kundzewicz Management - Witold Kundzewicz	Swarzędz	Centrum Agroturystyczne – Dwór Augusta Cieszkowskiego w Wierzenicy	2 611 641,48 zł	1 337 379,29 zł
Gmina Swarzędz	Swarzędz	Rozbudowa infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej na terenie Swarzędza	2 636 709,66 zł	1 448 043,21 zł
Gmina Przemęt	Przemęt	Wzrost atrakcyjności Gminy Przemęt poprzez zagospodarowanie terenów przyjeziornych wraz z adaptacją obiektów historycznych na cele turystyczne	2 644 248,91 zł	1 671 404,24 zł
Stowarzyszenie Inżynierów i Techników Mechaników Polskich	Warszawa	Zwiększenie atrakcyjności turystycznej i promocji regionu leszczyńskiego poprzez podniesienie standardu Zamku w Rydzynie	2 732 496,77 zł	1 108 171,12 zł
Gmina Wągrowiec	Wągrowiec	PRZYSTAŃ KAMIENICA– II etap budowy Centrum Rekreacyjno – Turystycznego w nadjeziornej miejscowości Gminy Wągrowiec	2 815 124,19 zł	1 597 241,89 zł
Gmina Kórnik	Kórnik	Zwiększenie atrakcyjności turystycznej Kórnika poprzez budowę promenady nad Jez. Kórnickim i ścieżki turystyczno-edukacyjnej Drzewa Świata w Arboretum	2 817 149,10 zł	1 831 146,91 zł
„Zajazd Wielkopolski” Sp. z o.o.	Siemianice	Budowa wielofunkcyjnego obiektu hotelowo – konferencyjnego	2 938 714,98 zł	1 200 000,00 zł
Gmina Ślesin	Ślesin	Budowa przystani wodnej w Ślesinie	3 008 025,55 zł	1 946 372,00 zł
Gmina Drawsko	Drawsko	Aktywizacja Wielkiej Pętli Wielkopolski – Budowa przystani wodnych na rzece Noteć – Przystań w Drawsku	3 083 972,84 zł	1 986 744,57 zł
Gmina Grodzisk Wielkopolski	Grodzisk Wielkopolski	Poprawa infrastruktury rekreacyjno – turystycznej poprzez budowę ścieżki pieszo-rowerowej z Grodziska Wielkopolskiego do Woźnik.	3 152 699,90 zł	2 047 395,93 zł
Gmina Miasta Czarnków	Czarnków	Aktywizacja Wielkiej Pętli Wielkopolski – etap I budowa przystani wodnych na rzece Noteć – przystań w Czarnkowie	3 338 217,09 zł	1 831 185,39 zł

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

Gmina i Miasto Witkowo	Witkowo	Zwiększenie atrakcyjności turystycznej Gminy Witkowo, poprzez rewitalizację Ośrodka Wypoczynkowego w Skorzęcinie	3 604 309,88 zł	1 920 329,02 zł
Powiat Kościański	Kościan	Rowerem w głąb dziejów Południowej Wielkopolski. Romantyczne trasy rowerowe Ziemi Kościańskiej.	3 604 634,95 zł	2 327 987,18 zł
Gmina Dolsk	Dolsk	Poprawa infrastruktury turystycznej w Dolsku	3 634 420,42 zł	2 063 082,93 zł
Wielkopolska Organizacja Turystyczna	Poznań	„Kompleksowa promocja wiodących produktów turystycznych Wielkopolski”	4 150 108,54 zł	3 033 445,11 zł
Gmina Ślesin	Ślesin	Budowa ciągu spacerowo-rowerowego z dostępem do hoteli nad Jeziorem Ślesińskim w ramach Wielkiej Pętli Wielkopolski – etap II	4 293 939,15 zł	2 200 641,26 zł
Gmina Miasto Złotów	Złotów	Kompleksowe zagospodarowanie terenów wokół Jeziora Miejskiego i Jeziora Zaleskiego	4 299 158,29 zł	2 653 337,13 zł
Gmina Miejska Wągrowiec	Wągrowiec	Rozwój turystyki i rekreacji w mieście Wągrowcu poprzez modernizację kąpieliska miejskiego oraz remont boiska z bieżnią	4 341 434,68 zł	2 226 414,17 zł
Gmina i Miasto Witkowo	Witkowo	Zwiększenie atrakcyjności turystycznej Gminy Witkowo, poprzez rewitalizację Ośrodka Wypoczynkowego w Skorzęcinie – II etap	4 639 918,56 zł	2 433 218,24 zł
Miasto Poznań	Poznań	Rozbudowa ogólnodostępnej infrastruktury w Nowym ZOO w Poznaniu a przez to wzrost efektywności wykorzystania istniejących walorów turystycznych.	4 888 191,55 zł	2 568 673,73 zł
Gmina Miejska Kościan	Kościan	Kościański trakt rekreacyjny	4 898 057,92 zł	2 667 623,63 zł
Gmina Miejska w Chodzieży	Chodzież	Aktywizacja terenów nad Jeziorem Miejskim w Chodzieży, poprzez przebudowę promenady i uruchomienie bazy ratownictwa wodnego WOPR”	5 231 556,13 zł	3 101 351,10 zł
ANREST Sp. z o.o.	Wąsowo	Budowa Centrum kongresowo–szkoleniowego wraz z turystycznym zagospodarowaniem terenu wokół Zespołu Parkowo–Pałacowego w Wąsowie na potrzeby Ekomuzeum	5 574 379,28 zł	2 681 831,08 zł
Wielkopolska Organizacja Turystyczna	Poznań	„Kompleksowa promocja markowego produktu turystyki wodnej Wielka Pętla Wielkopolski”	5 616 753,66 zł	3 982 632,14 zł
Gmina Powidz	Powidz	Stworzenie markowego produktu turystycznego Województwa Wielkopolskiego poprzez budowę infrastruktury turystyczno – rekreacyjnej wzdłuż Jeziora Powidzkiego,	5 679 036,03 zł	3 201 661,51 zł
Dom Zakonny Zgromadzenia Księży Marianów w Licheniu Starym	Licheń Stary	Budowa obiektu noclegowo-turystycznego wraz z zagospodarowaniem przyległego terenu w Grąblinie.	5 689 201,33 zł	1 798 653,53 zł

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

NENUFAR CLUB Sp. z o.o.	Kościan	Rozbudowa przez Nenufar Club Parku Rekreacyjnego „Wioska Piracka” o infrastrukturę gastronomiczno-noclegową wraz z innymi innowacyjnymi atrakcjami	5 993 633,42 zł	2 739 132,40 zł
„DPI” Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	Licheń Stary	Adaptacja gorzelni hrabiego Kwileckiego w Licheniu Starym na obiekt gastronomiczno- hotelarski	6 176 439,41 zł	2 973 457,09 zł
Malta Ski Sp. z o.o.	Poznań	Budowa Alpine Coaster wraz z zagospodarowaniem przyległego terenu w celu rozszerzenia oferty sportowo-rekreacyjnej poznańskiej Malty	6 917 519,07 zł	2 245 250,00 zł
Gmina Kórnik	Kórnik	Zwiększenie atrakcyjności turystycznej Kórnika poprzez budowę promenady nad Jeziorem Kórnickim – etap II	7 927 264,17 zł	1 638 690,99 zł
RTM Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	Prusim	Rewitalizacja terenu pofolwarcznego w Prusimiu na Skansen Olenderski – ETAP II	7 942 540,69 zł	3 872 883,22 zł
Roma Investments Piątkiewicz Spółka Jawna	Luboń	Przebudowa wraz z rozbudową willi w Poznaniu z przeznaczeniem na ekskluzywny hotel butikowy wpisujący się w sieć Small Luxury Hotels.	8 010 964,35 zł	3 744 297,61 zł
RTM Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	Kwilcz	Rewitalizacja terenu pofolwarcznego w Prusimiu na Skansen Olenderski”	9 104 088,49 zł	3 399 690,52 zł
Gmina Piła	Piła	Budowa markowego produktu turystycznego Wielkopolski: Piłska strefa aktywności turystycznej	9 674 688,47 zł	4 871 536,76 zł
Gmina Piła	Piła	Rewitalizacja obszaru powojkowego w Pile przy al. Powstańców Wlkp. – Centrum Strzelectwa Sportowego.	9 934 499,46 zł	2 288 760,38 zł
Zakład Produkcyjno-Usługowy „MaN” Marek Nowakowski	Koźmin Wielkopolski	Rozwój infrastruktury turystycznej w wyniku budowy bazy noclegowej wraz z zapleczem organizacyjnym w Koźminie Wlkp.	10 527 353,66 zł	3 967 665,24 zł
Stanisław Mendyka	Września	Rozwój bazy turystyczno-noclegowej w Barczyźnie, Gmina Nekla	10 699 207,14 zł	3 900 000,00 zł
Eureka sp. z o.o.	Dąbrowa (gmina Dopiewo)	Wioska wakacyjna Boszkowo	11 393 907,63 zł	3 978 798,00 zł
FALA PARK Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	Wolsztyn	Budowa nowoczesnego ośrodka rekreacyjno-rozrywkowego FALA PARK w Wolsztynie dla podniesienia atrakcyjności turystycznej miasta i okolic	12 706 042,85 zł	3 963 411,29 zł
Miasto Konin	Konin	Zagospodarowanie terenów nadbrzeżnych w Koninie – Bulwar Nadwarciański	13 921 338,06 zł	9 005 651,73 zł
BMC Hotels Sp. z o.o.	Boszkowo	Podniesienie standardu usług i modernizacja CKW Sułkowski w Boszkowie wraz z zagospodarowaniem plaży	19 370 840,40 zł	3 736 060,96 zł

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

		Razem:	289 396 574,12 zł	136 681 389,10 zł
--	--	---------------	-------------------	-------------------

Źródło: dane UMWW, Departament Polityki Regionalnej.

Tab. 47 Dofinansowanie projektów dla działania 6.2 z WRPO w latach 2007-2013.

Nazwa beneficjenta	Siedziba beneficjenta	Tytuł projektu	Wartość projektu (PLN)	Dofinansowania projektu ze środków UE (PLN)
Gmina Stare Miasto	Stare Miasto	Z kulturą na ty – organizacja wydarzeń kulturalnych w Gminie Stare Miasto	127 433,45 zł	104 789,87 zł
Powiat Poznański	Poznań	Renowacja i konserwacja zbiorów tyflogicznych SOSW dla Dzieci Niewidomych w Owińskach celem utworzenia stałej ekspozycji wystawienniczej.	135 621,78 zł	58 657,87 zł
Gmina Żerków	Żerków	Ocalenie od zapomnienia i propagowanie bogactwa dziedzictwa kulturowego regionu Szwajcarii Żerkowskiej jako przykładu wielkopolskiej tradycji.	143 218,33 zł	114 750,00 zł
Biblioteka Raczyńskich	Poznań	„Księgi i sztuka. Dziedzictwo po Edwardzie i Atanazym Raczyńskich”	150 936,13 zł	75 588,91 zł
Organizacja Turystyczna Północnej Wielkopolski „Dolina Noteci”	Piła	Szlakiem Sanktuariów Północnej Wielkopolski	200 737,69 zł	170 000,00 zł
Gmina Miejska Wągrowiec	Wągrowiec	Pałuki – nowoczesna formuła interpretacji dziedzictwa kulturowego w działaniach i wydarzeniach kulturalnych promujących miasto Wągrowiec	200 783,52 zł	170 629,81 zł
Gmina Kępno	Kępno	Kępno dawniej i dziś	243 935,09 zł	205 740,81 zł
Miejsko-Gminny Ośrodek Kultury i Rekreacji	Murowana Goślina	Widowisko historyczne „Dzieje Murowanej Gośliny”	265 119,59 zł	225 351,65 zł
Muzeum Archeologiczne w Poznaniu	Poznań	To jest Twoje dziedzictwo. Kampania informacyjna budująca tożsamość regionalną mieszkańców Wielkopolski.	269 431,70 zł	207 583,65 zł
Kino Malta Robert Dorna	Poznań	Cyfryzacja Kina Malta poprzez inwestycję w środki trwałe.	293 423,88 zł	82 794,60 zł
Apollo Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	Poznań	Cyfryzacja kina Apollo w Poznaniu	311 190,00 zł	99 800,00 zł

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

Gminny Ośrodek Kultury w Liskowie	Lisków	Lisków w Unii Europejskiej – promocja kultury ludowej	334 716,72 zł	277 221,53 zł
Miejskie Centrum Kultury w Czarnkowie	Czarnków	Digitalizacja kina Światowid w Czarnkowie	371 829,00 zł	103 656,00 zł
Dom Kultury w Pleszewie	Pleszew	Digitalizacja Kina Hel w Pleszewie	381 368,14 zł	111 112,16 zł
Chodzieski Dom Kultury im. Stanisława Moniuszki	Chodzież	Digitalizacja Kina Noteć w Chodzieży	397 467,12 zł	128 800,00 zł
Instytucja Filmowa Film-Art	Poznań	Dostawa i montaż projektora cyfrowego 4K do kina RIALTO w Poznaniu	399 750,00 zł	113 465,44 zł
Śremski Ośrodek Kultury	Śrem	Cyfryzacja Kinoteatru SŁONKO w Śremie	406 770,53 zł	80 234,21 zł
Stowarzyszenie Jarocin XXI	Jarocin	Cyfryzacja kina Echo w Jarocinie	409 536,50 zł	106 203,55 zł
Regionalne Centrum Kultury – Fabryka Emocji	Piła	„Cyfryzacja kina ”Koral” Regionalnego Centrum Kultury – Fabryka Emocji w Pile”	412 296,00 zł	103 560,00 zł
Miejski Dom Kultury w Słupcy	Słupca	Zakup projektorów cyfrowych dla kina "Sokolnia" w Słupcy wraz z wyposażeniem.	414 247,00 zł	114 025,16 zł
Przedsiębiorstwo Wielobranżowe „Trójka” s.c. Czerniejewska-Waszak-Wesołowski	Września	Poprawa dostępności mieszkańców Wrześni i okolic do dóbr i usług kultury poprzez cyfryzację Kina „Trójka”	433 500,00 zł	123 353,65 zł
Szamotulski Ośrodek Kultury, Instytucja Kultury	Szamotuły	Zakup sprzętu i wyposażenia umożliwiającego wprowadzenie cyfrowego systemu projekcji filmów przez kino Halszka w Szamotułach	467 813,28 zł	136 120,00 zł
Ostrzeszowskie Centrum Kultury	Ostrzeszów	Cyfryzacja Kina Piast w Ostrzeszowie	471 705,00 zł	152 320,00 zł
Gostyński Ośrodek Kultury „Hutnik”	Gostyń	Cyfryzacja kina „Pod Kopułą” w Gostyniu	477 978,00 zł	112 885,03 zł
Ośrodek Kultury w Środzie Wielkopolskiej	Środa Wielkopolska	Cyfryzacja kina BASZTA w Środzie Wielkopolskiej	478 760,28 zł	143 508,04 zł
Dom Kultury w Rawiczu	Rawicz	Dostawa kinowego sprzętu cyfrowego, zestawu do projekcji trójwymiarowej z instalacją, zestrojeniem i instruktażem obsługi do kina PROMIEŃ w Rawiczu	488 531,36 zł	146 234,52 zł

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

Krotoszyński Ośrodek Kultury	Krotoszyn	Cyfryzacja kina Przedwiośnie w Krotoszynie	499 822,80 zł	128 437,75 zł
Miejski Dom Kultury w Turku	Turek	Zakup zestawu kina cyfrowego dla kina „TUR” w Turku w celu zwiększenia dostępności mieszkańców regionu do dóbr i usług kultury	505 923,80 zł	145 788,00 zł
Centrum Kultury i Sztuki w Kaliszu	Kalisz	Cyfryzacja Kina CENTRUM przy Centrum Kultury i Sztuki w Kaliszu	539 631,75 zł	116 025,00 zł
Miasto Kalisz	Kalisz	„Promocja dziedzictwa kulturowego Miasta Kalisza w Polsce i na świecie- Kalisia 18,5”	558 201,11 zł	472 294,39 zł
Centrum Kultury i Sztuki w Koninie	Konin	Zakup kinowego projektora cyfrowego wraz z wyposażeniem dla Centrum Kultury i Sztuki – Kina Oskard w Koninie	577 854,00 zł	150 040,00 zł
Gmina Środa Wielkopolska	Środa Wielkopolska	Promocja dziedzictwa kulturowego wraz z poprawą dostępności do przedsięwzięć kulturalnych w regionie średzkim.	583 748,72 zł	460 975,89 zł
Centrum Kultury "Zamek"	Poznań	NOWE STULECIE	585 361,34 zł	497 557,13 zł
Gmina Rawicz	Rawicz	Kampania promocyjna Plant Jana Pawła II oraz układu urbanistycznego starego miasta w Rawiczu.	595 603,07 zł	506 262,60 zł
Ostrowskie Centrum Kultury	Ostrów Wielkopolski	Zakup zestawu kina cyfrowego dla kina KOMEDA w Ostrowie Wielkopolskim	610 955,90 zł	149 226,57 zł
Powiat Ostrzeszowski	Ostrzeszów	Konno i koleją, historycznie, muzycznie i tanecznie - ponadregionalne walory kulturalne Ziemi Ostrzeszowskiej.	619 892,72 zł	517 408,37 zł
Bona Fide. Stowarzyszenie Wielkopolan	Poznań	Festiwal Polish Guitar Academy	653 312,33 zł	553 931,21 zł
„Zakłady Kórnickie”	Kórnik	Najcenniejsze klejnoty kultury - Spotkania Kórnickie	676 644,80 zł	568 348,08 zł
Miasto Poznań	Poznań	Design z Wielkopolski – promocja kultury regionu.	708 541,50 zł	570 672,15 zł
Fundacja Wspierania Rozwoju Kultury i Sztuki - ANIMACJA	Poznań	Wielkopolski Dzień – Kalendarium	823 283,00 zł	696 120,23 zł
Ogólnopolskie Stowarzyszenie Plecionkarzy i Wikliniarzy	Nowy Tomyśl	II Światowy Festiwal Wikliny i Plecionkarstwa Nowy Tomyśl 2011	828 881,30 zł	699 775,14 zł
Gmina Miejska Turek	Turek	Działalność promocyjna na rzecz nowego produktu kultury „Turek – miasto w klimacie Mehoffera” w celu ożywienia potencjału kulturowego regionu	1 198 888,45 zł	1 014 978,84 zł

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

Klasztor OO. Franciszkanów	Gniezno	Renowacja oraz adaptacja prezbiterium kościoła p.w. Wniebowzięcia NMP w Gnieźnie na cele biblioteczne	1 741 921,50 zł	1 219 345,05 zł
Muzeum Regionalne w Jarocinie	Jarocin	„Spichlerz Polskiego Rocka w Jarocinie”	1 831 388,52 zł	1 538 292,54 zł
Muzeum Martyrologiczne w Żabikowie	Luboń	Zachowanie europejskiego i światowego dziedzictwa kulturowego. Projekt inwestycyjny dotyczący byłego niemieckiego Obozu Zagłady Kulmhof w Chełmnie nad Nerem, podnoszący jego wartość muzealną i turystyczną	1 886 098,30 zł	1 746 654,13 zł
Zgromadzenie Misjonarzy Świętej Rodziny Prowincja Polska	Poznań	Renowacja i adaptacja zabytkowego zespołu klasztorowego Misjonarzy Świętej Rodziny w Kazimierzu Biskupim na cele kulturalne	2 873 343,22 zł	1 780 036,12 zł
Uniwersytet Artystyczny w Poznaniu	Poznań	„Rewitalizacja i modernizacja zabytkowego budynku głównego Uniwersytetu Artystycznego w Poznaniu przy al. Marcinkowskiego 29”	2 972 767,10 zł	1 889 000,93 zł
Parafia Rzymskokatolicka pod wezwaniem Wniebowzięcia Najświętszej Marii Panny w Skrzatuszu	Skrzatusz	Renowacja Sanktuarium Matki Bożej Bolesnej w Skrzatuszu	3 289 109,02 zł	2 298 387,60 zł
Biblioteka Raczyńskich	Poznań	Przebudowa i renowacja zabytkowego obiektu Muzeum Literackiego Henryka Sienkiewicza w Poznaniu	3 337 959,69 zł	1 643 847,88 zł
Teatr Wielki im. Stanisława Moniuszki w Poznaniu	Poznań	Modernizacja i renowacja widowni zabytkowego gmachu Teatru Wielkiego im. Stanisława Moniuszki w Poznaniu	3 889 490,19 zł	2 311 143,78 zł
Parafia Rzymskokatolicka p.w. Wniebowzięcia NMP w Kłodawie	Kłodawa	Renowacja i konserwacja architektury oraz zabytków ruchomych XVIII-wiecznego Pokarmelickiego Zespołu Klasztorowego w Kłodawie	4 492 303,36 zł	3 121 689,18 zł
Gmina Kępno	Kępno	Remont i adaptacja budynku byłego magistratu w Kępnie na siedzibę Muzeum Ziemi Kępińskiej im. T. P. Potworowskiego	4 641 127,40 zł	2 011 830,31 zł
Samorząd Województwa Wielkopolskiego	Poznań	BUDZIK KULTURALNY: PROJEKT DZIAŁAŃ PROMUJĄCYCH I AKTYWIZUJĄCYCH KULTURĘ WIELKOPOLSKI	4 910 194,01 zł	4 165 164,90 zł
Zgromadzenie Sióstr Najświętszej Rodziny z Nazaretu	Ostrzeszów	Rewaloryzacja Pobernardyńskiego Zespołu Klasztorowego w Ostrzeszowie. Etap I.	6 456 989,30 zł	3 537 715,30 zł
Muzeum Narodowe Rolnictwa i Przemysłu Rolno-Spożywczego w Szreniawie	Szreniawa	Odtworzenie XIX układu zabudowy folwarcznej w Muzeum w Szreniawie odpowiedzią na potrzeby muzealno-edukacyjne społeczeństwa – etap I	6 566 346,01 zł	3 403 499,35 zł
Gmina Miasto Ostrów Wielkopolski	Ostrów Wielkopolski	REMONT I ADAPTACJA NA CELE KULTURALNE BUDYNKU SYNAGOGI W OSTROWIE WIELKOPOLSKIM	6 868 105,15 zł	4 791 190,10 zł

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

Muzeum Archeologiczne w Poznaniu	Poznań	Rezerwat Archeologiczny na Ostrowie Tumskim	9 683 903,18 zł	5 422 008,43 zł
Gmina Miejska Turek	Turek	Turek- miasto w klimacie Mehoffera. Renowacja zabytkowych polichromii w kościele NSPJ i przebudowa ratusza na potrzeby ekspozycji mehofferowskiej.	11 485 703,30 zł	7 479 252,06 zł
Muzeum Początków Państwa Polskiego w Gnieźnie	Gniezno	"Ochrona dziedzictwa kulturowego w Muzeum Początków Państwa Polskiego w Gnieźnie – I etap”	11 567 362,40 zł	6 336 713,62 zł
Muzeum Pierwszych Piastów na Lednicy	Lednogóra	Rezerwaty Archeologiczne dotyczące Początków Państwa Polskiego – Ostrów Lednicki, Giecz, Grzybowo	11 761 078,71 zł	6 162 668,15 zł
Archidiecezja Poznańska	Poznań	Adaptacja i renowacja zabytkowych obiektów na Trakcie Królewsko-Cesarskim w Poznaniu służących rozwojowi, promocji i upowszechnianiu kultury	13 649 915,33 zł	8 756 733,36 zł
Archidiecezja Gnieźnieńska	Gniezno	Rewaloryzacja Wzgórza Lecha w Gnieźnie	13 785 469,92 zł	9 649 828,93 zł
Uniwersytet im. A. Mickiewicza w Poznaniu	Poznań	Rewaloryzacja historycznego centrum odrodzonego po latach zaborów w 1919 roku Uniwersytetu Poznańskiego.	14 106 097,20 zł	8 842 299,15 zł
Diecezja Kaliska	Kalisz	Renowacja zabytkowych kościołów drewnianych południowej Wielkopolski	14 396 403,06 zł	9 265 581,40 zł
		Razem:	175 447 722,55 zł	108 089 110,08 zł

Źródło: dane UMWW, Departament Polityki Regionalnej.

3 Bilans uwarunkowań rozwojowych wraz z identyfikacją produktów turystycznych

3.1 Obszary wyróżniające się możliwościami rozwojowymi w dziedzinie turystyki

W stosunku do analiz i wniosków zawartych w Strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim z 2007 roku, a dotyczących obszarów wyróżniających się możliwościami rozwojowymi w dziedzinie turystyki, nie stwierdza się w chwili obecnej większych, istotnych zmian w ocenie potencjału turystycznego dla poszczególnych powiatów województwa wielkopolskiego.

Opracowane w 2007 roku kartogramy, zawierające ocenę potencjału turystycznego poszczególnych powiatów województwa wielkopolskiego, a oparte na metodzie bonitacji punktowej, są nadal aktualne i tylko w dwóch przypadkach dokonano w nich korekt (turystyka aktywna i turystyka tranzytowa).

Powyższe zmiany wprowadzono z uwagi na istotny rozwój infrastruktury komunikacyjnej, sportowo-rekreacyjnej i turystycznej, jaki dokonał się na niektórych obszarach Wielkopolski w okresie od 2007 do 2013 roku.

Oddanie do użytku w 2011 roku zachodniego odcinka autostrady A2, zlokalizowanego w znacznej części na obszarach przyrodniczo cennych należących do Europejskiej Sieci Natura 2000, wiązało się nie tylko z wysokimi kosztami realizacji tej inwestycji, ale powinno przyczynić się do większej dostępności komunikacyjnej obszarów znajdujących się w pobliżu autostrady [Liszewski, Włodarczyk 2011, 27]. Z tego powodu w ryc. 23 określającej potencjał województwa dla rozwoju turystyki tranzytowej wprowadzono korektę odnoszącą się do powiatów grodzkiego, wolsztyńskiego i międzychodzkiego.

Podobnie w przypadku oceny potencjału województwa wielkopolskiego do rozwoju turystyki kwalifikowanej dokonano korekty w ocenie potencjału powiatu konińskiego. Budowa nowoczesnej mariny w Ślesinie, rozbudowa mariny w Łądzie czy budowa Bulwaru Nadwarciańskiego w Koninie zdecydowanie poprawiło, w tym regionie, warunki uprawiania wszelkich form turystyki wodnej. Znacząca rozbudowa sieci turystycznych szlaków rowerowych i jeździeckich w powiecie konińskim przyczyniła się do wzrostu liczby przyjazdów turystów, głównie krajowych, na obszar powiatu, chcących aktywnie spędzać weekendy i wakacje.

Do obszarów o największym potencjale turystycznym, a co za tym idzie o bardzo dobrych warunkach rozwojowych turystyki, zaliczyć należy: miasta Poznań, Gniezno, Kalisz oraz powiaty:

czarnkowsko-trzcianecki, gnieźnieński, leszczyński, międzychodzki, pilski, poznański, wolsztyński i złotowski (por. ryc. 15).

Dzięki autostradzie A2 i zwiększonej dzięki temu dostępności komunikacyjnej coraz lepsze warunki dla rozwoju gospodarki turystycznej mają powiaty: nowotomyski, koniński, słupecki. W tych ostatnich dwóch powiatach niezbędna jest jednak dalsza rozbudowa infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej oraz skuteczna, nowoczesna promocja tych obszarów.

Województwo wielkopolskie ma znaczący potencjał dla rozwoju markowych produktów w ramach turystyki kulturowej.

Największym potencjałem rozwojowym w tym zakresie dysponują miasta: Poznań, Gniezno, Kalisz, Leszno oraz powiaty: poznański, gnieźnieński, gostyński, leszczyński i wolsztyński. Ten ostatni powiat, to przede wszystkim turystyka krajoznawcza, w tym o charakterze specjalistycznym (parowozownia w Wolsztynie).

Stosunkowo niewielkim potencjałem i możliwościami rozwoju turystyki krajoznawczej charakteryzują się powiaty: czarnkowsko-trzcianecki, chodzieski, kępiński i kolski.

Formą turystyki, która w ostatnich latach zaczyna odgrywać coraz większą rolę na wielkopolskim rynku usług turystycznych jest turystyka pielgrzymkowa i religijna. Mnogość znaczących obiektów kultu religijnego w Wielkopolsce sprawia, że coraz więcej miejscowości w województwie stawia na rozwój oferty i infrastruktury dla tej grupy turystów. Bardzo dobre możliwości rozwoju turystyki pielgrzymkowej i religijnej mają miasta: Poznań, Gniezno i Kalisz oraz powiaty: gnieźnieński, koniński i pilski (por. ryc. 17).

Coraz powszechniejsza w społeczeństwie polskim i krajach Europy Zachodniej moda na zdrowy styl życia sprawia, że turyści (krajowi i zagraniczni) odwiedzający województwo wielkopolskie poszukują miejsc i obszarów, gdzie mogliby w czasie krótko i długookresowych pobytów realizować różne formy aktywności ruchowej.

Województwo wielkopolskie ma generalnie bardzo sprzyjające warunki do rozwoju turystyki aktywnej (kwalifikowanej). Istotnym potencjałem i możliwościami rozwoju w tym względzie charakteryzują się: miasto Poznań i powiat poznański, powiaty: czarnkowsko-trzcianecki, koniński, międzychodzki, pilski, wolsztyński i złotowski (por. ryc. 18).

Wielkopolska nie jest zaliczana do regionów kraju o znaczącym potencjale dla rozwoju turystyki wypoczynkowej. Tym nie mniej na obszarze województwa można wyróżnić kilka obszarów predysponowanych do rozwoju tego produktu turystycznego. Do ww. obszarów należy zaliczyć przede wszystkim powiaty: czarnkowsko-trzcianecki, międzychodzki, słupecki i wolsztyński (por. ryc. 19). Takim obszarem stać się mogą powiaty koniński i gnieźnieński, dysponujące dużą liczbą atrakcyjnych akwenów wodnych, ale niestety niedostatecznie zagospodarowanych.

Turystyka świąteczna, to przede wszystkim aglomeracja poznańska, powiat gnieźnieński, międzychodzki i koniński, czyli obszary penetrowane przede wszystkim przez mieszkańców Poznania i turystów krajowych, w niewielkim stopniu przez turystów zagranicznych (por. ryc. 20).

Popularne w ostatnich latach wyjazdy do gospodarstw agroturystycznych skłaniają coraz większą grupę rolników do uruchamiania działalności agroturystycznej przy okazji prowadzenia produkcji rolnej lub hodowlanej. Najlepsze warunki do rozwoju agroturystyki występują w powiatach: czarnkowsko-trzcianeckim, międzychodzkiem, wolsztyńskim i złotowskim.

Trzeba jednak zaznaczyć, że także inne gminy i powiaty odnotowują wzrost liczby gospodarstw agroturystycznych na swoich obszarach, ale często występujące naturalne walory turystyczne oraz infrastruktura turystyczna na tych obszarach nie pozwalają na szerszy rozwój agroturystyki.

Bardzo dynamicznie rozwijająca się w ostatnich latach w świecie, a także w Polsce, turystyka biznesowa może być także jednym z markowych produktów turystycznych Wielkopolski.

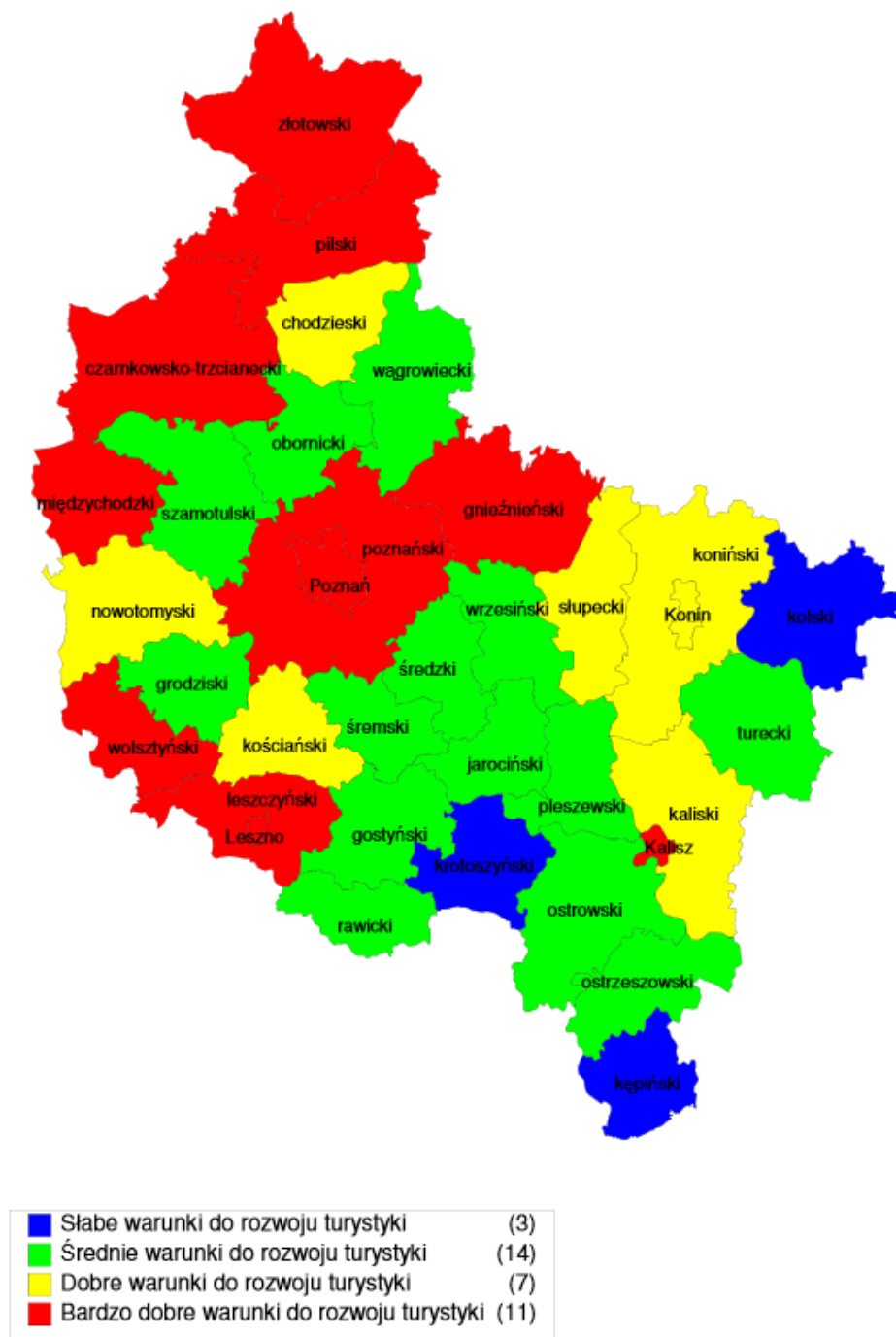
Ta forma turystyki rozwija się głównie w dużych aglomeracjach, stąd też najlepsze warunki i potencjał dla tej formy turystyki posiada Poznań i powiat poznański. Już dzisiaj aglomeracja poznańska zaliczana jest do wiodących centrów turystyki biznesowej w Polsce, a w przyszłości tego typu przyjazdy będą w aglomeracji poznańskiej dominującą formą turystyki.

Turystyka biznesowa może się także rozwijać w powiatach: gnieźnieńskim, kaliskim, konińskim, leszczyńskim, ostrowskim oraz pilskim, ale zasoby tych powiatów mają charakter regionalny, a nie krajowy lub międzynarodowy (por. ryc. 22).

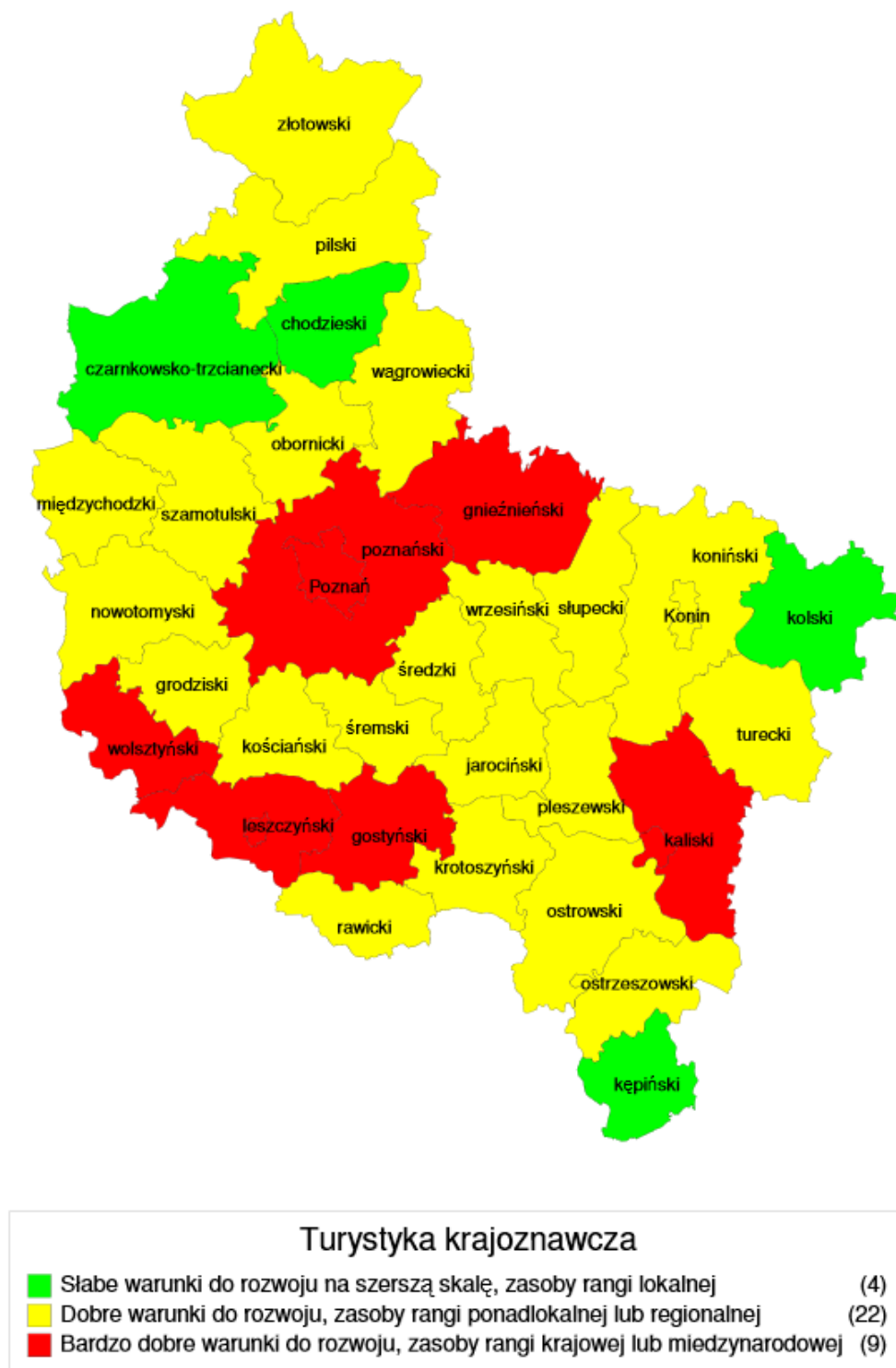
Wielkopolska z uwagi na swoje położenie oraz fakt, iż przebiega przez nią autostrada A2 i liczne drogi ekspresowe, ma dobre warunki do rozwoju turystyki tranzytowej. Powiaty, które już dzisiaj oraz w przyszłości predysponowane są do obsługi turystów tranzytowych, to: nowotomyski, koniński, poznański i wrzesiński.

Trzeba w tym momencie wyraźnie podkreślić, iż większość obszaru Wielkopolski posiada dobre warunki do obsługi turystyki tranzytowej i w niedalekiej przyszłości, dzięki realizowanym inwestycjom drogowym (drogi ekspresowe, obwodnice dużych miast itp.), turyści tranzytowi będą częściej odwiedzać wielkopolskie miasta i wsie.

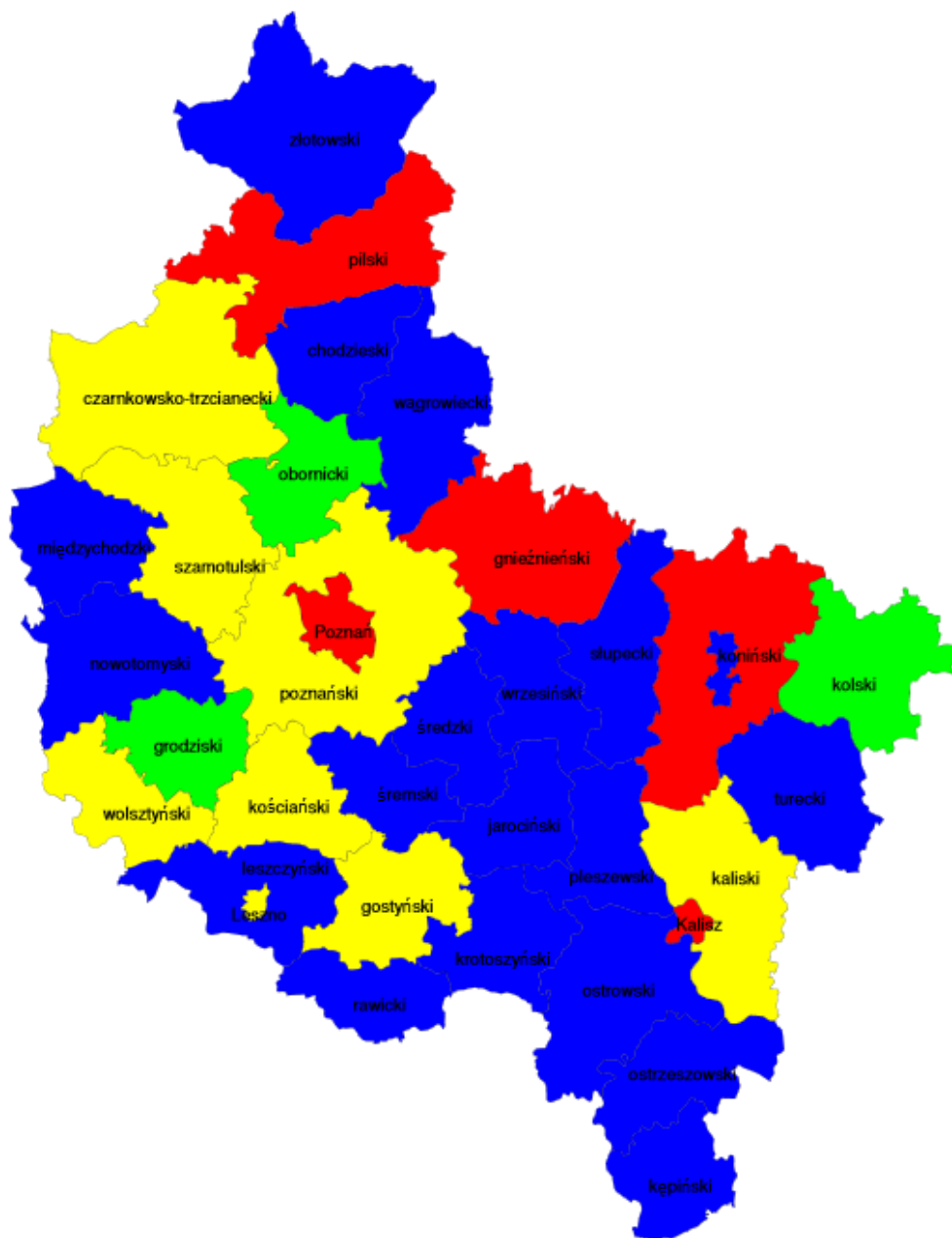
Reasumując tę część rozważań należy podkreślić, iż Wielkopolska, z racji posiadanych zasobów turystycznych, już dzisiaj zalicza się do znaczących centrów ruchu turystycznego, zarówno krajowego, jak i międzynarodowego. Rozwój gospodarki turystycznej w województwie wielkopolskim wymaga jednak nie tylko znaczących nakładów finansowych na rozbudowę i modernizację infrastruktury turystycznej i paraturystycznej, ale przede wszystkim spójnej, nowoczesnej regionalnej polityki turystycznej, dostosowanej do wymogów międzynarodowego rynku turystycznego i oczekiwań społeczności lokalnych Wielkopolski.



Ryc. 15 Ocena możliwości rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim ze względu na rangę potencjału turystycznego (walorów i zasobów) – stan aktualny według powiatów

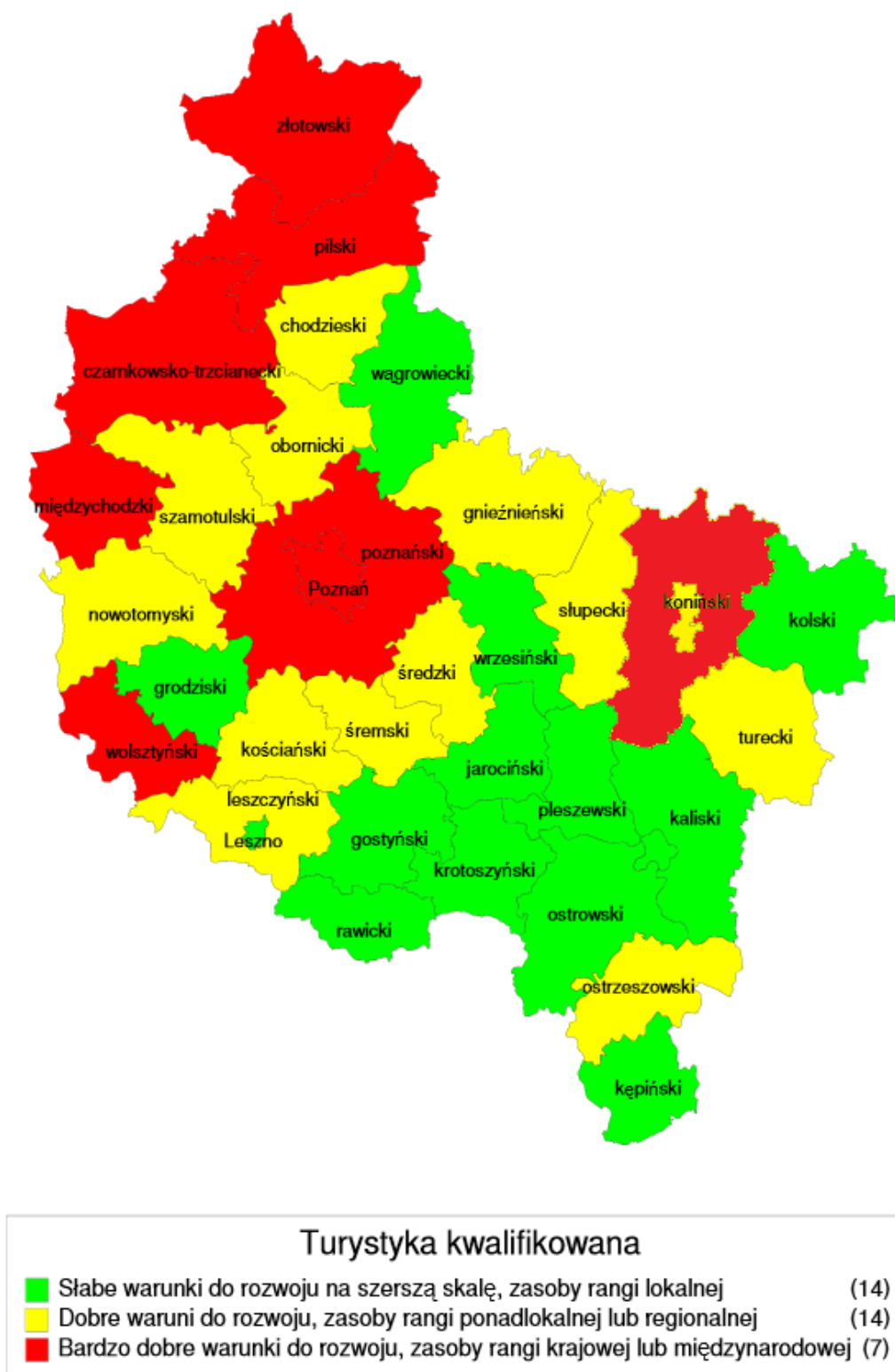


Ryc. 16 Ocena zasobów turystycznych województwa wielkopolskiego dla turystyki krajoznawczej – ocena zbiorcza, stan aktualny według powiatów

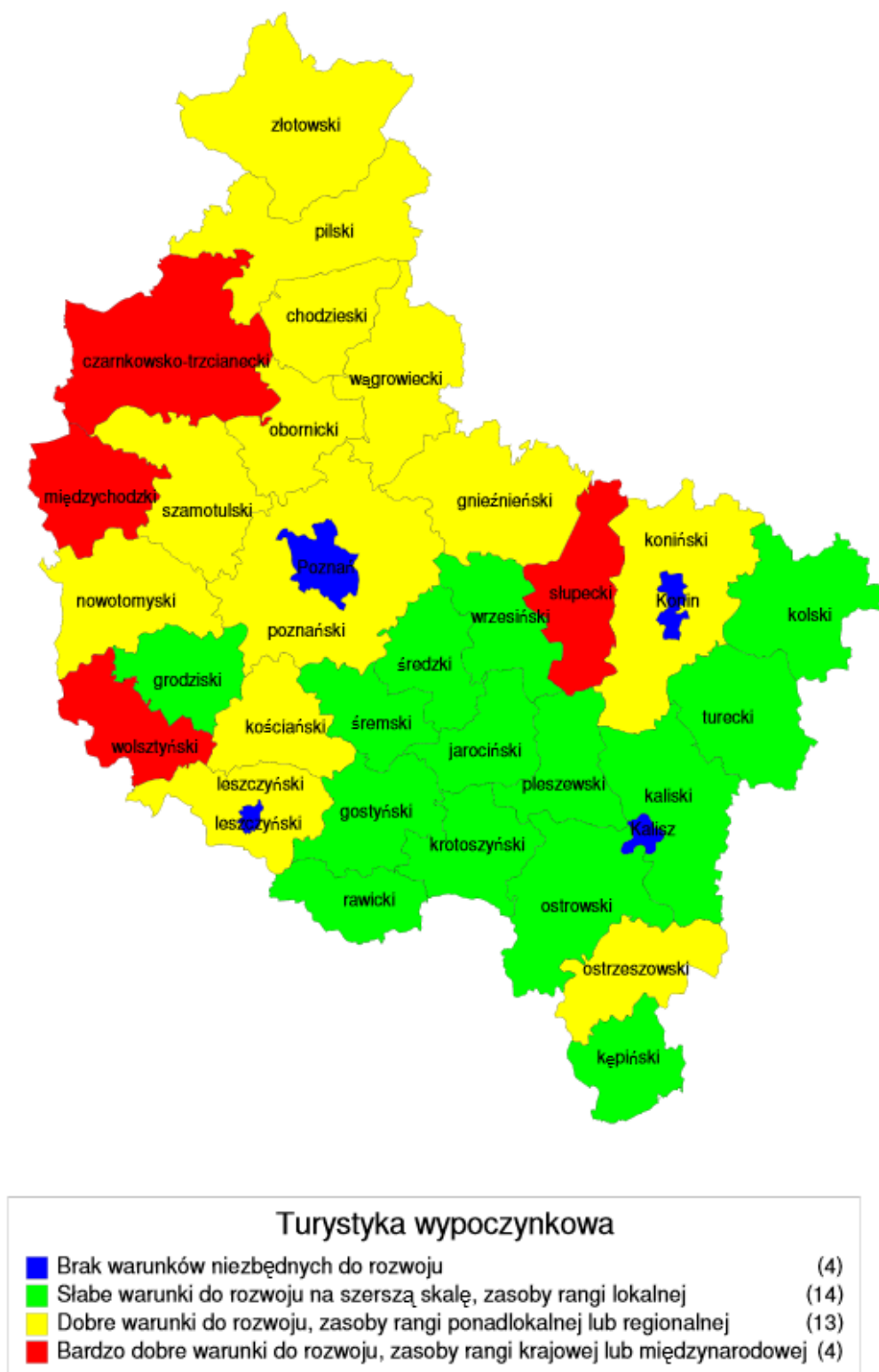


Turystyka pielgrzymkowa i religijna	
■ Brak warunków niezbędnych do rozwoju	(19)
■ Słabe warunki do rozwoju na szerszą skalę, zasoby rangi lokalnej	(3)
■ Dobre warunki do rozwoju, zasoby rangi ponadlokalnej lub regionalnej	(8)
■ Bardzo dobre warunki do rozwoju, zasoby rangi krajowej lub międzynarodowej	(5)

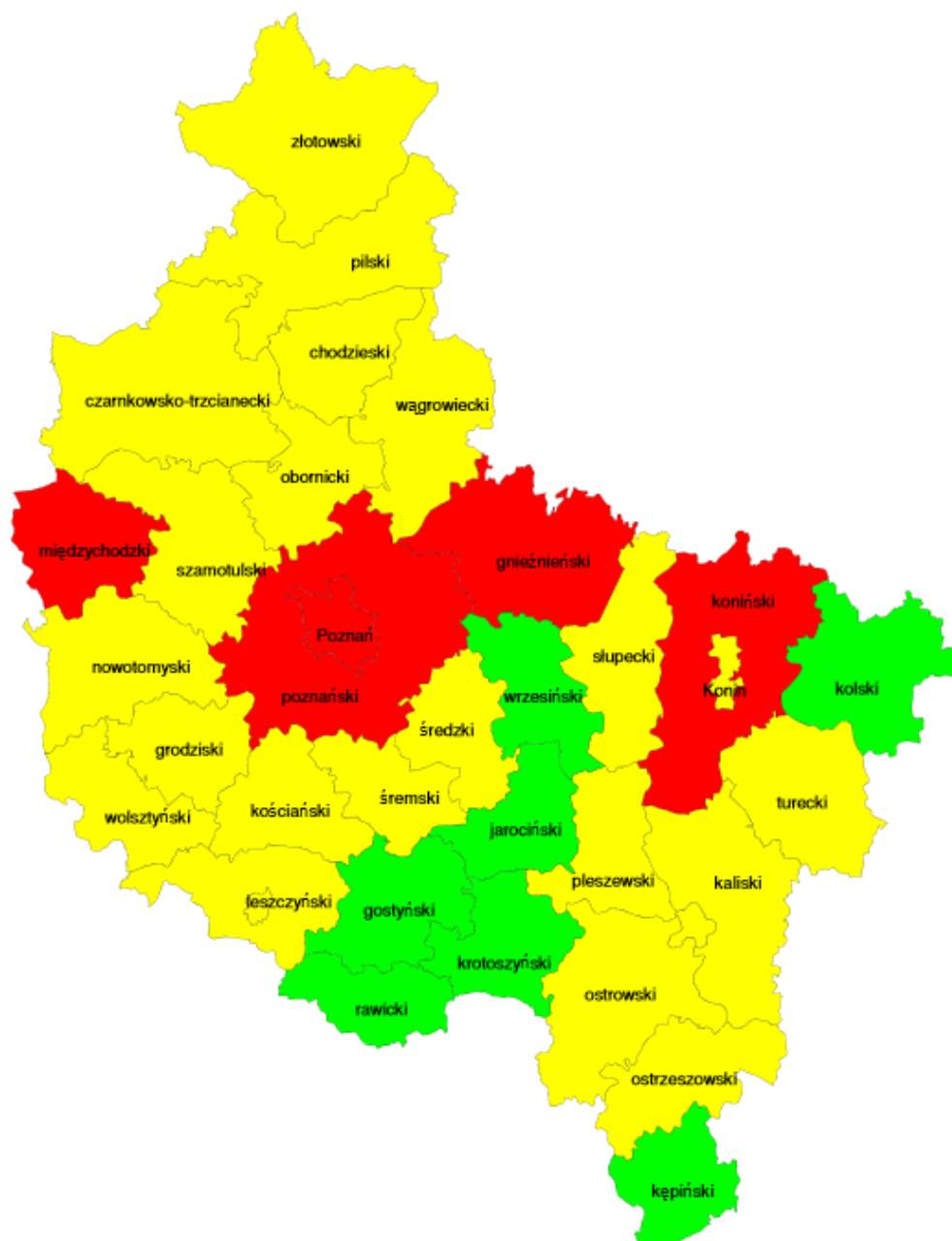
Ryc. 17 Ocena zasobów turystycznych województwa wielkopolskiego dla turystyki pielgrzymkowej i religijnej, stan aktualny według powiatów



Ryc. 18 Ocena zasobów turystycznych województwa wielkopolskiego dla turystyki aktywnej (kwalifikowanej)

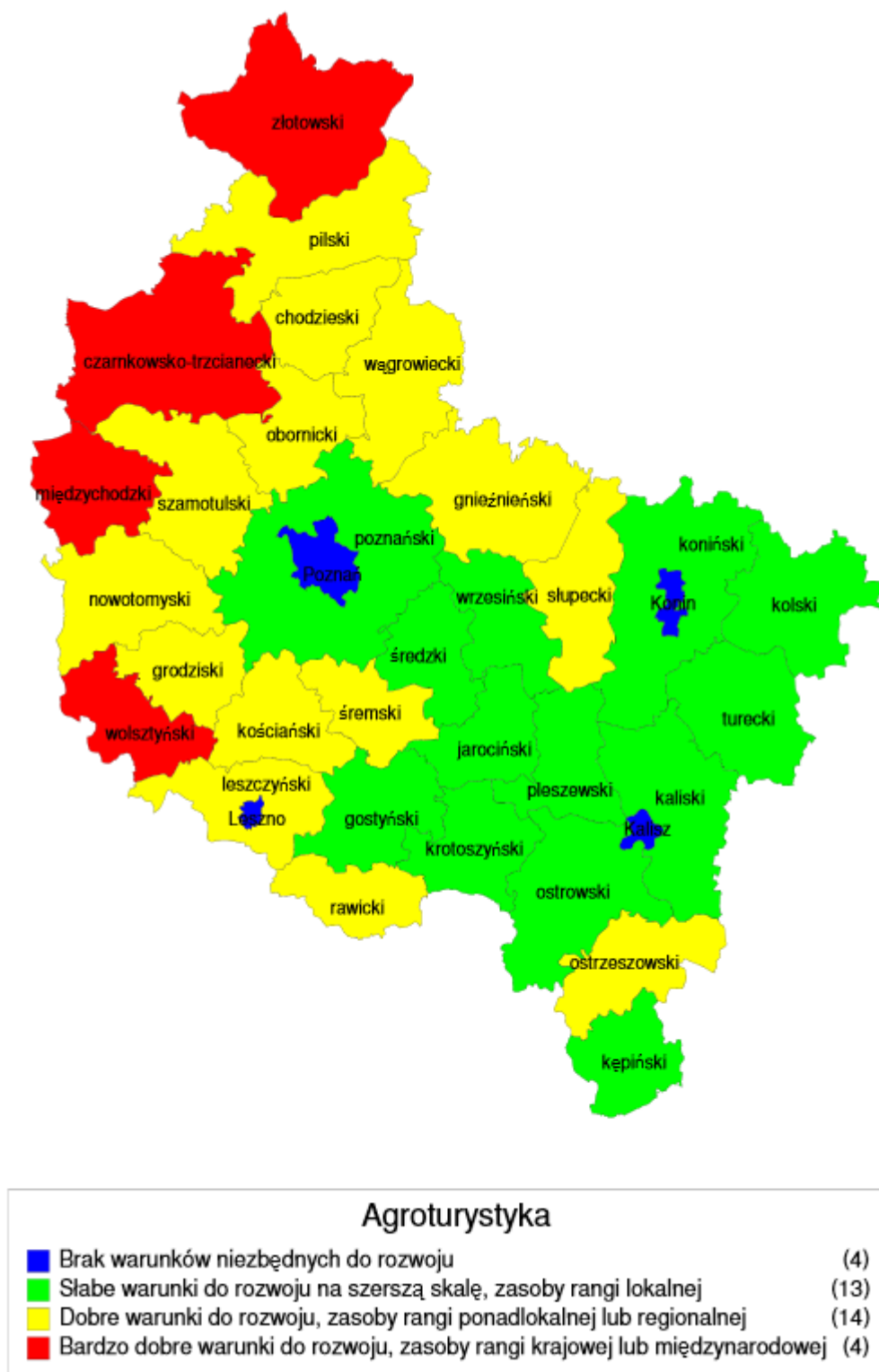


Ryc. 19 Ocena zasobów turystycznych województwa wielkopolskiego dla turystyki wypoczynkowej – stan aktualny według powiatów

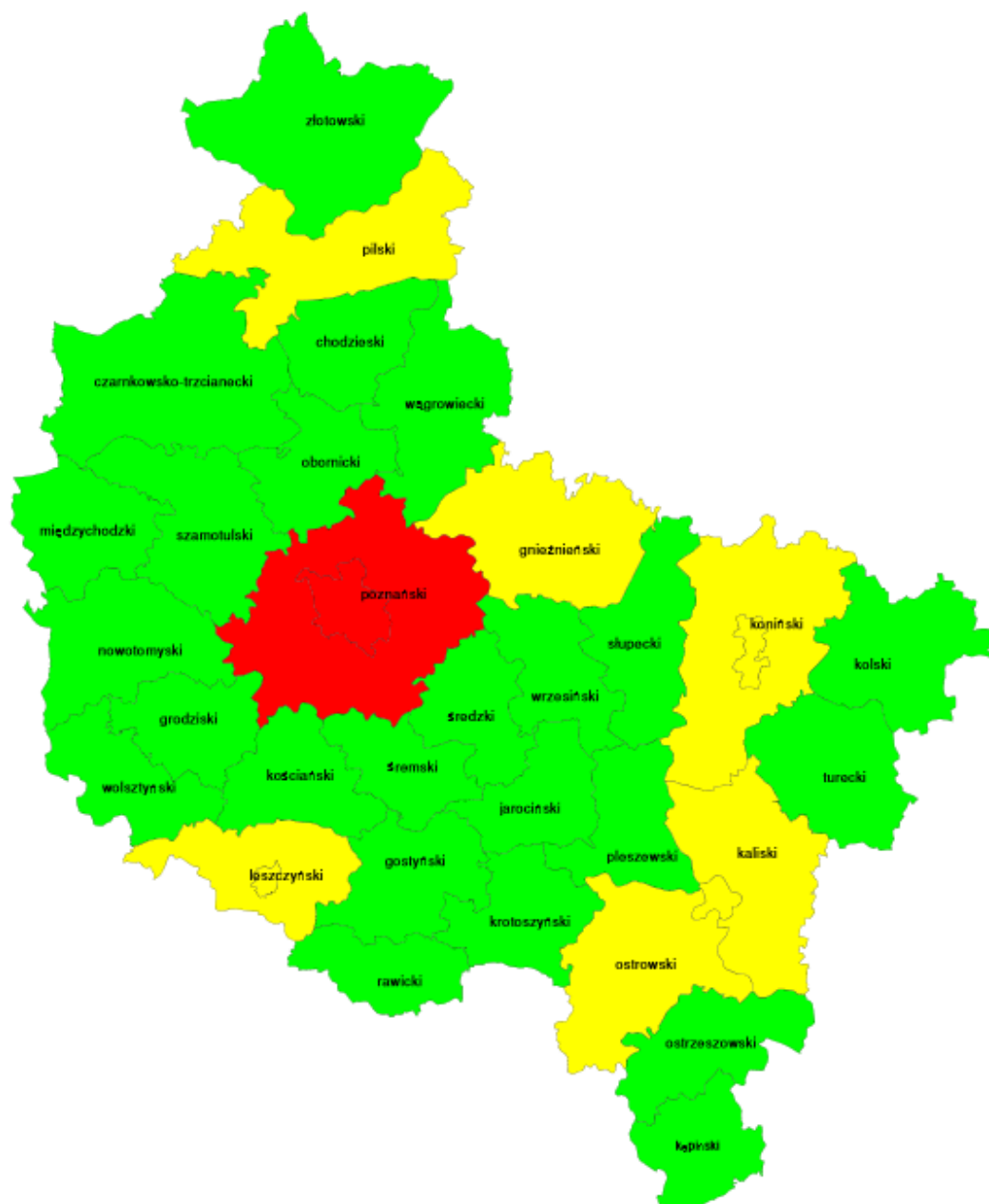


Turystyka świąteczna		
■	Słabe warunki do rozwoju na szerszą skalę, zasoby rangi lokalnej	(7)
■	Dobre warunki do rozwoju, zasoby rangi ponadlokalnej lub regionalnej	(23)
■	Bardzo dobre warunki do rozwoju, zasoby rangi krajowej lub międzynarodowej	(5)

Ryc. 20 Ocena zasobów turystycznych województwa wielkopolskiego dla turystyki weekendowej i świątecznej – stan aktualny według powiatów

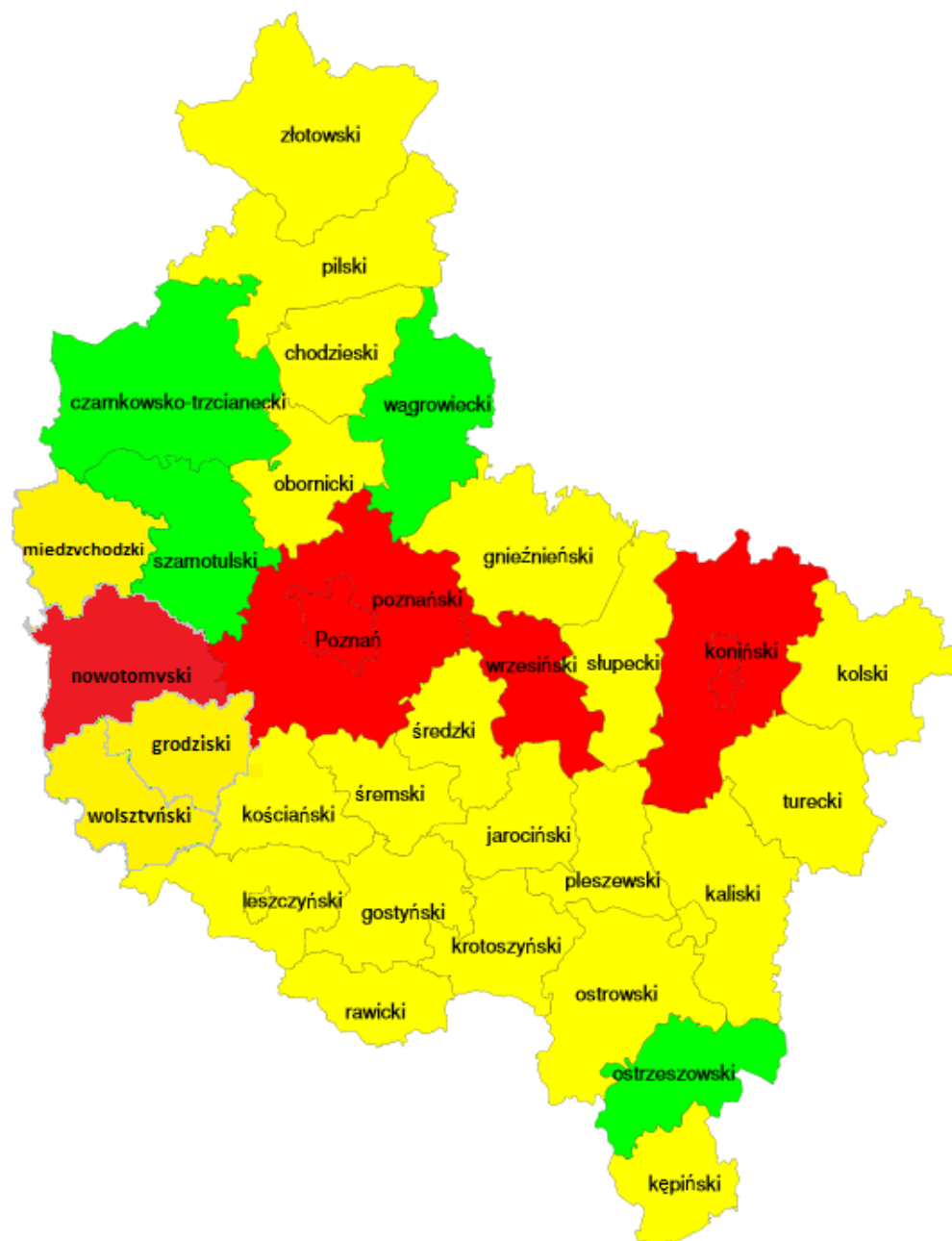


Ryc. 21 Ocena zasobów turystycznych województwa wielkopolskiego dla agroturystyki – stan aktualny według powiatów



Turystyka biznesowa		
■	Słabe warunki do rozwoju na szerszą skalę, zasoby rangi lokalnej	(24)
■	Dobre warunki do rozwoju, zasoby rangi ponadlokalnej lub regionalnej	(9)
■	Bardzo dobre warunki do rozwoju, zasoby rangi krajowej lub międzynarodowej	(2)

Ryc. 22 Ocena zasobów turystycznych województwa wielkopolskiego dla turystyki biznesowej – stan aktualny według powiatów



Turystyka tranzytowa		
■	Słabe warunki do rozwoju na szerszą skalę, zasoby rangi lokalnej	(7)
■	Dobre warunki do rozwoju, zasoby rangi ponadlokalnej lub regionalnej	(22)
■	Bardzo dobre warunki do rozwoju, zasoby rangi krajowej lub międzynarodowej	(6)

Ryc. 23 Ocena zasobów turystycznych województwa wielkopolskiego dla turystyki tranzytowej – stan aktualny według powiatów

3.2 Dominujące formy turystyki (identyfikacja produktów turystycznych województwa wielkopolskiego)

3.2.1 Turystyka kulturowa

Systematycznie zwiększa się liczba osób podejmujących w sposób świadomy podróże w celach zapoznania się z dziedzictwem kulturowym. Wzrasta również metodologiczna refleksja nad tym zjawiskiem. Ciągłe pojawiają się nowe jej formy. W Polsce próbę ich uporządkowania podjął Armin Mikos von Rohrscheidt. Wyróżnia on trzy rodzaje turystyki kulturowej. Do pierwszego – turystyki kultury wysokiej – zalicza następujące jej formy: dziedzictwa kulturowego, muzealną, literacką oraz eventów kultury wysokiej. Na turystyką edukacyjną składają się podróże: studyjne, tematyczne, językowe i seminaryjne. Trzeci rodzaj obejmuje powszechną turystykę kulturową, w skład której wchodzi turystyki: miejska, obszarów wiejskich, etniczna, militarna, obiektów przemysłowych i technicznych, żywej historii, kulturowo – przyrodnicza, egzotyczna, religijna i pielgrzymkowa, kulinarna, hobbystyczna, regionalna oraz eventów kultury popularnej. Przedstawiona typologia daje w miarę usystematyzowany obraz zjawiska, jakim jest turystyka kulturowa oraz wyróżnia podstawowe jej formy.

Wielkopolska posiada bogaty potencjał dla rozwoju turystyki kulturowej. Według Andrzeja Jagusiewicza województwo wielkopolskie znajduje się na czwartym miejscu w Polsce pod względem potencjału kulturowego oraz historycznego. Wyprzedzają je tylko województwa: dolnośląskie, małopolskie i mazowieckie⁷³. Specyfika regionu i jego tradycje kulturowe powodują, że nie wszystkie formy turystyki kulturowej dadzą się rozwinąć w sposób pełny⁷⁴. Należy więc zwrócić szczególną uwagę na te spośród nich, które najpełniej wykorzystują jego walory kulturowe i historyczne.

W świadomości większości Polaków Wielkopolska kojarzy się z kolebką polskiej państwowości, a szerzej rzecz ujmując z epoką piastowską. Miejsca związane z tym okresem dziejów Polski znalazły się na **Szlaku Piastowskim**, będącym najbardziej znanym wielkopolskim szlakiem kulturowym. Przez Wielkopolskę przebiegają także inne szlaki kulturowe o randze międzynarodowej: trzy trasy **Drogi Świętego Jakuba**, **Szlak Cysterski**, **Europejski Szlak Romański** (patrz rozdział 2.3.4.2).

⁷³ A. Jagusiewicz, *Dziedzictwo kulturowe w turystyce polskiej*, „Problemy Turystyki” 2002 nr 1-2.

⁷⁴ I. Wyszowska, 2009, *Turystyka kulturowa w Wielkopolsce*, [w:] K. Buczkowska, A. Mikos von Rohrscheidt, *Współczesne formy turystyki kulturowej*, t. 1, Wyd. AWF Poznań 2009.

Pomniki historii

Pomnik historii to jedna z czterech form ochrony zabytków wymieniona w ustawie o ochronie zabytków. Ranga ta przyznawana jest rozporządzeniem Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej na wniosek Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Status ten mogą uzyskać zabytki nieruchome o szczególnym znaczeniu dla polskiej kultury. Wielkopolska może poszczycić się siedmioma – na sześćdziesiąt ogółem - obiektami uznanymi za pomniki historii:

- Gniezno – katedra pw. Wniebowzięcia Najświętszej Marii Panny i św. Wojciecha,
- Kórnik – zespół zamkowo-parkowy wraz z kościołem parafialnym – nekropolią właścicieli,
- Zespół Klasztorny w Gostyniu – Głogówku,
- Dawne opactwo cysterskie w Łądzie nad Wartą,
- Lubiąż - zespół opactwa benedyktyńskiego,
- Ostrów Lednicki,
- Historyczny zespół miasta Poznania.

Nie wszystkie zabytki ustanowione jako pomniki historii są w sposób zadowalający wykorzystane dla potrzeb turystyki. Stanowią one silny potencjał kulturowy, któremu poprzez odpowiednie działania (uwzględniające ochronę i zachowanie tych obiektów dla przyszłych pokoleń) nadać można rangę międzynarodową.

Lista Krajowa Programu UNESCO „Pamięć Świata” oraz inne arcydzieła kultury piśmiennej i sztuki

Na terenie Wielkopolski nie ma obiektów wpisanych na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO. Znajdują się jednak trzy zabytki (spośród dwunastu) wpisane na Polską Listę Krajową Programu UNESCO „Pamięć Świata”. Należą do nich: *Codex Aureus Gnesnensis* (Złoty kodeks gnieźnieński)⁷⁵ znajdujący się w Archiwum Archidiecezjalnym w Gnieźnie, *Białoruski Tristan*⁷⁶ zdeponowany w Bibliotece Raczyńskich w Poznaniu oraz *Archiwum i Biblioteka Braci Czeskich* przechowywane w Archiwum Państwowym w Poznaniu, Bibliotece Kórnickiej i Bibliotece Raczyńskich.

Na przygotowywanej przez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego liście dzieł sztuki o szczególnej wartości dla kultury europejskiej i narodowej mają zostać umieszczone dodatkowo *Drzwi gnieźnieńskie* (katedra w Gnieźnie) oraz kielich z Trzemeszna (Muzeum Archidiecezjalne w Gnieźnie).

⁷⁵ *Złoty kodeks gnieźnieński* to pochodząca z ok. 1070 r. księga liturgiczna, używana podczas doniosłych świąt katolickich i państwowych od czasów średniowiecza do 1999 r. (tj. do pielgrzymki Jana Pawła II do Polski).

⁷⁶ *Białoruski Tristan* to datowany na XVI lub XVII w. kodeks rękopiśmienny z białoruską wersją legendy o Tristanie i Izoldzie.

Tradycje muzyczne Wielkopolski

Znaczny potencjał Wielkopolski tkwi również w tradycjach muzycznych. Koneserów muzyki oraz wybitnych wirtuozów przyciąga do województwa szereg imprez, np. Międzynarodowy Konkurs Skrzypcowy im. Henryka Wieniawskiego, Międzynarodowe Warsztaty Jazzowe Cho-jazz (Chodzież), Międzynarodowy Festiwal Pianistów Jazzowych – Kalisz, Rychwalskie Impresje Muzyczne - Piknik Orkiestr Dętych (pow. koniński), Międzynarodowe dni muzyki i folkloru (pow. leszczyński), Międzynarodowy Festiwal Chopin w Barwach Jesieni (pow. ostrowski), Międzynarodowy Festiwal Muzyki Organowej i Kameralnej (pow. wolsztyński) i wiele innych.

W Wielkopolsce znajdują się także miejsca związane z wybitnymi muzykami, np. Fryderykiem Chopinem, który gościł wielokrotnie w Antoninie (wspomniany wyżej Festiwal Chopin w Barwach Jesieni), w Kaliszu, Poznaniu i Strzyżewie. W Zamku Kórnickim przechowywany jest fortepian, na którym Chopin grywał, a także korespondencja związana z pianistą.

Ciekawostką jest również poznańskie Muzeum Instrumentów Muzycznych ze zbiorami bibliotecznymi i Pracownią Konserwacji Instrumentów Muzycznych, a także Muzeum Historii Przemysłu w Opatówku z kolekcją polskich fortepianów.

Parki kulturowe

Niewykorzystaną formą promocji Wielkopolski poprzez kulturę są parki kulturowe. Na terenie województwa znajduje się tylko jeden z nich: Mickiewiczowski Park Kulturowy. Został on utworzony 28 września 2007 r. i obejmuje miasto Żerków oraz wsie Brzóstków, Gęczew, Lgów oraz Śmiełów, gdzie w tamtejszym pałacu znajduje się muzeum polskiego wieszcza narodowego. Gmina Żerków wykorzystwała dla celów turystycznych fakt pobytu Adama Mickiewicza na jej obszarze. Należałoby zachęcić również i inne samorządy do tworzenia parków kulturowych. Zwłaszcza, że jako forma ochrony zabytków, są one powoływane przez radę gminy, po uzyskaniu opinii wojewódzkiego konserwatora zabytków. Mogą one więc być doskonałą promocją gmin poprzez turystykę.

Miejscami docelowymi dla turystyki kulturowej w Wielkopolsce są również:

- wielkopolskie **miasta** cechujące się dużym nagromadzeniem walorów, jak: Poznań, Gniezno, Kalisz, Leszno i in.,
- **zamki, pałace, dwory** wraz z założeniami parkowymi: Antonin, Będlewo, Brodnica, Ciężęń, Czarniejewo, Dobrzyca, Gołuchów, Jarocin, Koszuty, Kórnik, Lubasz, Poznań, Racot, Rogalin, Rydzyna, Sieraków, Śmiełów i in.,
- **sanktuaria i ośrodki pielgrzymkowe:** Sanktuarium Maryjne w Licheniu, Gniezno, Pola Lednickie, sanktuaria Maryjne w Górcie Klasztornej i Skrzatuszu, Sanktuarium św. Józefa w Kaliszu, zespoły sakralne w Poznaniu, Gostyniu, Trzemesznie, Kościanie, Przemęcie, Szamotułach, Tulcach i in.

- **zabytki i muzea techniki:** Parowozownia Wolsztyn, Wielkopolskie Muzeum Pożarnictwa w Rakoniewicach, Muzeum Narodowe Rolnictwa i Przemysłu Rolno-Spożywczego w Szreniawie, Muzeum Młynarstwa i Wodnych Urządzeń Przemysłu Wiejskiego w Jaraczu, Muzeum Pszczelarstwa w Swarzędzu, Kopalnia Soli w Kłodawie, dreżyny i kolejki wąskotorowe,
- **walory kultury ludowej:** Wielkopolski Park Etnograficzny w Dziekanowicach, Muzeum Etnograficzne w Poznaniu, Muzeum Kultury Ludowej w Osieku n. Notecią, Skansen Etnograficzny w Russowie, Skansen Budownictwa Ludowego Zachodniej Wielkopolski w Wolsztynie.
- **turystyka dziedzictwa kulturowego i muzealna:** w szczególności bazująca na zbiorach Muzeum Narodowego w Poznaniu wraz z oddziałami, a także wszystkie muzea unikatowe w skali Polski i świata (np. Muzeum Instrumentów Muzycznych, Muzeum Pierwszych Piastów na Lednicy itd.),
- **wydarzenia kulturalne** (kultury wysokiej i powszechnej): odbywające się w całej Wielkopolsce bazujące na lokalnych tradycjach,
- **miejsca pobytu wielkopolskich organiczników i innych postaci zasłużonych dla społeczeństwa wielkopolskiego** (np. Hipolit Cegielski, ks. Piotr Wawrzyniak, Stanisław Staszic, Maksymilian Jackowski, Heliodor Świącicki, August Cieszkowski, Jan Amos Komeński),
- **turystyka literacka** (twórczość i miejsca pobytu poetów i pisarzy związanych z Wielkopolską), m.in.: Adam Asnyk (Kalisz), Maria Dąbrowska (Russów), Arkady Fiedler (Puszczykowo), Adam Mickiewicz (Mickiewiczowski Park Kulturowy, Muzeum w Śmiełowie), Małgorzata Musierowicz (Jeżyce w Poznaniu), Władysław Reymont (Kołaczkowo), Stanisław Staszic (Piła), Wisława Szymborska (Kórnik-Prowent), Józef Wybicki (Manieczki, Poznań).

3.2.2 Wybrane formy turystyki aktywnej

Spośród różnych form turystyki aktywnej w Wielkopolsce, najlepsze warunki do rozwoju ma turystyka rowerowa i wodna.

Turystyka rowerowa

Produktem o znacznym potencjale rozwoju jest Wielkopolski System Szlaków Rowerowych (WSSR), obejmujący dziewięć oznakowanych, transregionalnych szlaków, o łącznej długości ok. 1,8 tys. km. Obecnie WSSR stanowi produkt o randze krajowej (międzyregionalnej), jednak w przyszłości może on uzyskać również rangę międzynarodową.

Istotną rolę pełni również międzynarodowy szlak R1 Calais/Boulogne – Sankt Petersburg, przebiegający przez północną część województwa oraz ponadregionalny szlak R9 (Wrocław – Poznań) w południowej części regionu. Wymienione szlaki uzupełnia sieć szlaków lokalnych, wytyczonych przez poszczególne samorządy, organizacje pozarządowe, czy lokalne grupy działania.

Turystyce rowerowej w Wielkopolsce sprzyja:

- rozwinięta sieć szlaków (por. rozdział 2.3.4),
- sieć drugorzędnych dróg (drogi gminne 11,5 tys. km; powiatowe 11,3 tys. km),
- urozmaicone ukształtowanie terenu,
- funkcjonujące kluby, stowarzyszenia rowerowe i kolarskie,
- licznie organizowane imprezy turystyczne i sportowe,
- zróżnicowanie występowania atrakcji krajoznawczych – co pozwala uprawiać turystykę rowerową łącznie z krajoznawczą (poznawczą) lub z naciskiem na kontakt z przyrodą (por. rozdział 2.1.2).

Czynnikiem ograniczającym rozwój turystyki rowerowej w Wielkopolsce, jest niewystarczająca ilość dróg rowerowych. Często poza obszarami zabudowanymi rowerzyści muszą poruszać się ruchliwymi drogami publicznymi pozbawionymi poboczy. Przekłada się to na statystyki wskazujące, że Polska należy do krajów, w których poruszanie się po drogach niesie za sobą relatywnie wysokie ryzyko wypadku. Pozytywnym może być fakt, że w skali Polski województwo znajduje się na 5-6 miejscu (w zależności od zastosowanego kryterium) w rankingu najbezpieczniejszych (Krajowa Rada Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego 2013). Analizy nie wskazują jednak, na ile statystyki bezpieczeństwa rowerzystów na drogach obejmują turystów, a na ile mieszkańców regionu.

Turystyka wodna

Województwo wielkopolskie posiada liczne obszary atrakcyjne dla rozwoju wszelkich form turystyki wodnej, penetrowane głównie przez turystów krajowych. Do walorów turystyki wodnej o randze krajowej zaliczyć można:

- dla turystyki kajakowej m. in.:** Mała Pętla Wielkopolski, Szlak im. Jana Pawła II rzeką Rurzycą, Szlak Konwaliowy na jeziorach Przemęckich, szlak kajakowy „Wokół serca Wielkopolski” w Kościanie, szlaki kajakowe rzekami: Gwdą, Piławą, Płynicą, Dobrzycą, Obrą, Łobżonką, Drawą.
- dla turystyki żeglarskiej, motorowodnej i windsurfingu m. in.:** jezioro Powidzkie, jezioro Kierskie, jeziora konińskie (ciąg trzech jezior Ślesińskie – Mikorzyńskie – Pątnowskie), jezioro Kaliszańskie, jezioro Grzymisławskie, jezioro Chodzieskie, jezioro Zbąszyńskie, zbiornik Jeziorsko.
- dla nurkowania rekreacyjnego m. in.:** jezioro Powidzkie, jezioro Budziszawskie, jeziora na Pojezierzu Międzychodzko-Sierakowskim (Chrzypskie, Śremskie, Jaroszewskie, Wielkie), jezioro Płotki.

Wymienione akweny i szlaki wodne nie wyczerpują wszystkich możliwości uprawiania turystyki wodnej w Wielkopolsce, są jednak najbardziej popularne wśród turystów krajowych.

Najpopularniejszą formą turystyki wodnej w Wielkopolsce jest turystyka kajakowa, do której uprawiania przystosowana jest zarówno Warta, jak i mniejsze rzeki, szczególnie w północnej części województwa (Gwda, Rurzyca, Piława, Drawa).

Rzeki północnej Wielkopolski charakteryzują się dość dużym, jak na rzeki nizinne, spadkiem (który bywa łagodzony przez małe elektrownie wodne, stanowiące niekiedy utrudnienie dla turystyki wodnej) oraz dużą lesistością zlewni – przekładającą się na niski stopień zanieczyszczenia (por. rozdz. 2.1.1). Na rzekach Wielkopolski były realizowane projekty związane z rozwojem turystyki kajakowej. W ich ramach wybrane szlaki zostały oznakowane i wyposażone w infrastrukturę. Wzdłuż szlaków powstają wypożyczalnie kajaków i pola biwakowe, organizowane są również liczne imprezy turystyczne. Brakuje jednak bazy noclegowej o wyższym standardzie (ta rozwijana jest często oddolnie przez prywatnych właścicieli). Podobnie kształtuje się kwestia powstawania wypożyczalni kajaków, co jest o tyle istotne, że – w przeciwieństwie do turystów pieszych czy rowerzystów – większość decydujących się na tę formę spędzenia czasu wolnego nie posiada własnego sprzętu.

Turystyka motorowodna (żeglugowa) koncentruje się na dużych rzekach – Warcie i Noteci, tworzących wraz z kanałami Wielką Pętlę Wielkopolski - szlak wodny o długości blisko 690 km, przebiegający przez teren trzech województw: wielkopolskiego, lubuskiego, kujawsko-pomorskiego. Ten unikatowy w skali międzynarodowej szlak, poprzez dostęp od zachodu do Odry i jej dopływów oraz kanałów, łączących ją z drogami wodnymi Brandenburgii, jest skomunikowany z Europą Zachodnią, a poprzez Kanał Bydgoski z Wisłą z drogami Europy Wschodniej. Szlak ten jest częścią polskiego odcinka Międzynarodowej Drogi Wodnej MDW E70. Wielka Pętla Wielkopolski jest obecnie jedynym markowym produktem turystyki aktywnej województwa, nagrodzonym w 2015 roku Certyfikatem Polskiej Organizacji Turystycznej dla Najlepszego Produktu Turystycznego.

Pozostałe formy turystyki aktywnej

W regionie obserwowany jest również wzrost popularności turystyki konnej, która w województwie wielkopolskim ma długoletnią historię, wyrastającą ze stadnin o bogatych tradycjach (w Iwnie, Racocie, Pępowie, Golejewku oraz stada ogierów w Sierakowie), czy z produkcji powozów konnych (okolice Gostynia).

Z kolei turystyka piesza, uprawiana na licznych wytyczonych szlakach pieszych, przeżywa obecnie renesans dzięki rosnącej popularności nordic walking. Istotne w tym zakresie są szlaki piesze w formie krótkich pętli, umożliwiających kilkugodzinną bądź jednodniową aktywność.

Specjalistyczną formą aktywności turystyczno-sportowej jest aeroturystyka, wymagająca odpowiednich umiejętności, sprzętu oraz naziemnej infrastruktury i kadry instruktorskiej. Ta forma turystyki – adresowana do wąskiej grupy odbiorców – realizowana jest przede wszystkim w oparciu o infrastrukturę i kadry aeroklubów działających w Poznaniu, Ostrowie, Koninie, Pile i Lesznie.

3.2.3 Turystyka wypoczynkowa

Aby mogła rozwijać się turystyka wypoczynkowa, konieczne jest zapewnienie warunków sprzyjających regeneracji sił fizycznych i psychicznych. Należą do nich czyste powietrze, cisza i walory estetyczne krajobrazu, czemu sprzyja niski stopień urbanizacji. Ponadto atrakcyjność obszaru dla tej formy turystyki rośnie, jeżeli posiada warunki do czynnego wypoczynku, korzystne warunki bioklimatyczne i walory lecznicze. Wymienione wyżej warunki spełniają obszary pojezierne: niski stopień urbanizacji, urozmaicona rzeźba powierzchni ziemi, wysoka lesistość (Lijewski, Mikułowski, Wyrzykowski 2008).

W funkcjonalnej regionalizacji turystycznej Polski do regionów o walorach wypoczynkowych należą skraje wielkopolski: północny, zachodni, północno-wschodni i południowo-wschodni. Do ważniejszych obszarów dla turystyki wypoczynkowej z obszaru województwa wielkopolskiego należą Pojezierze Sierakowskie, Boszkowo, Wolsztyn, Wągrowiec, Puszczykowo – Zaniemyśl, Osieczna, Skorzęcin i Ślesin (Lijewski, Mikułowski, Wyrzykowski 2008).

Szczegółowy opis walorów sprzyjających rozwojowi turystyki wypoczynkowej przedstawiono w rozdziale 2.1.1.

3.2.4 Agroturystyka i turystyka wiejska

Środowisko przyrodnicze, zwłaszcza to mało przekształcone przez człowieka, jest podstawą rozwoju turystyki i wypoczynku. To różnorodność roślin i zwierząt, interesujące położenie geograficzne, unikalny krajobraz, klimat i charakter wód powierzchniowych i podziemnych decydują w znacznym stopniu o atrakcyjności podróży turystycznej i wypoczynku.

Turystyka i wypoczynek w regionalnych dokumentach strategicznych Wielkopolski

Podstawowymi dokumentami prezentującymi kierunki rozwoju regionu, w tym także turystyki, są *Strategia rozwoju województwa wielkopolskiego do 2020 roku. Wielkopolska 2020* oraz *Plan zagospodarowania przestrzennego województwa wielkopolskiego*. Do silnych stron regionu, wpływających na powszechny rozwój turystyki, zaliczono: tranzytowe położenie Wielkopolski, bliskość granicy z Niemcami, naturalne walory turystyczne, znaczną ilość obiektów kultury materialnej oraz Poznań jako silny ośrodek gospodarki i biznesu. Słabe strony to m.in. ograniczanie połączeń kolejowych, niski stan (jakościowy i ilościowy) bazy turystycznej, niski stan infrastruktury technicznej niektórych obszarów, nierównomierny rozwój społeczno-ekonomiczny obszarów regionu oraz problemy ochrony środowiska. Oceniając obecne szanse rozwoju turystyki w Wielkopolsce podkreślono różne uwarunkowania związane m. in. z wpływem turystyki na zmniejszenie bezrobocia na terenach wiejskich, stworzenie potencjału wypoczynkowego dla mieszkańców Poznania i Berlina oraz czystość środowiska naturalnego i podejmowane działania ochronne.

Istniejące zagrożenia związane są zwłaszcza z konkurencją obszarów graniczących z Wielkopolską (Pomorze Zachodnie, Dolny Śląsk i Ziemia Lubuska), wpływającą na spadek opłacalności usług sezonowością oraz występowaniem obszarów o szczególnie zniszczonym środowisku przyrodniczym (Kasprzak, Raszka 2004). W *Planie zagospodarowania przestrzennego województwa wielkopolskiego* wyodrębniono także podstawowe obszary województwa szczególnie przydatne dla rozwoju turystyki i rekreacji z punktu widzenia występowania walorów naturalnych, nawiązując wyraźnie do koncepcji polityki przestrzennego zagospodarowania kraju do 2030 r. (Kasprzak, Raszka 2002). Zaliczono do nich obszary objęte ochroną prawną, występowanie dużej ilości jezior, dobrze rozwiniętą i równomiernie rozmieszczoną na obszarze województwa sieć rzeczną, lasy z przeważającym typem siedliska stwarzającym optymalne warunki dla rekreacji (bory na ubogich glebach, na terenach o małej wilgotności), klimat bez silnego działania bodźcowego na organizm ludzki oraz dobrze zachowane elementy dziedzictwa kulturowego.

Waloryzacja przestrzeni regionu dla potrzeb turystyki i wypoczynku

Do czynników sprzyjających rozwojowi turystyki i wypoczynku na obszarze regionu zaliczyć należy zwłaszcza znaczną ilość obszarów objętych ochroną prawną. Zajmują one 31,5% powierzchni województwa wielkopolskiego (dla Polski wskaźnik ten wynosi 33 %), co daje 0,3 ha powierzchni chronionej na I mieszkańca województwa. Są to obszary o przeważającym udziale naturalnych elementów i cech środowiska przyrodniczego, charakteryzujące się niskim stopniem urbanizacji i związanym z tym stosunkowo małym zanieczyszczeniem powietrza atmosferycznego, a także brakiem hałasu specyficznego dla miast i terenów uprzemysłowionych. Najbardziej atrakcyjnymi dla turystyki i wypoczynku są parki krajobrazowe, w granicach których znajdują się tereny o cennym i mało przekształconym krajobrazie i o dużej wartości przyrodniczej oraz Wielkopolski Park Narodowy. Opracowanie strategii rozwoju turystyki i wypoczynku dla tych terenów jest szczególnie trudne, bowiem w ramach granic samego „mikroregionu WPN” gminy wchodzące w jego skład wykazują bardzo duże zróżnicowanie. Wielkopolski Park Narodowy jako jedyny w Planie Zagospodarowania Województwa Wielkopolskiego zaliczony został do I kategorii obszarów atrakcyjnych wypoczynkowo, za które uważane są obszary o dużej jeziorności i lesistości, dużej zmienności form rzeźby terenu i bogactwie walorów środowiska przyrodniczego, w znacznej części objęte ochroną prawną. Pozostała powierzchnia „mikroregionu WPN” nie została uznana za atrakcyjną dla wypoczynku i nie została zaliczona do żadnej z 5 kategorii atrakcyjności wypoczynkowej w skali regionalnej. Dotyczy to także Puszczykowa, miasta, które z uwagi na swoją historię w świadomości wielu mieszkańców aglomeracji poznańskiej tradycyjnie traktowane jest jako miasto letniskowe. Nie oznacza to jednak, że nie są to tereny atrakcyjne w skali lokalnej, zwłaszcza dla mieszkańców aglomeracji poznańskiej. Na rozwój turystyki rzutuje także środowisko kulturowe; dla wypoczynku pobytowego i weekendowego ma ono natomiast znaczenie marginalne.

Rejony wypoczynkowe. Wypoczynek może zostać zorganizowany praktycznie wszędzie, z wyjątkiem miejsc podlegających szczególnej ochronie ze względu na walory środowiska przyrodniczego oraz miejsc położonych w pobliżu obiektów i urządzeń szkodliwych dla środowiska i zdrowia ludzi. Zwrócić należy uwagę, że widoczny jest obecnie wyraźnie kierunek rozwoju wypoczynku praktycznie nie związanego ze środowiskiem przyrodniczym. Coraz intensywniejszy tryb życia, przy ograniczonym czasie na wypoczynek, powodują wzrost zainteresowania czynnym uprawianiem sportu i wypoczynku w miejscu zamieszkania lub w pobliżu, przy dogodnej dostępności komunikacyjnej.

Za podstawę waloryzacji obszarów regionu pod kątem przydatności dla wypoczynku dla potrzeb planowania przestrzennego przyjmuje się głównie warunki przyrodnicze. Zdecydowanie mniejsze znaczenie przypisuje się zasobom kulturowym, które z jednej strony uatrakcyjniają środowisko przyrodnicze, z drugiej strony - same generują ruch turystyczny. Trzecim elementem waloryzacji - istotnym, a przy tym najłatwiejszym do sterowania przez człowieka - jest zagospodarowanie rekreacyjne, kształtowane na przestrzeni wielu lat (tradycja spędzania wakacji w niektórych rejonach lub w miejscowościach letniskowych sięga XIX wieku).

Zwrócić należy uwagę, że zarówno w „mikroregionie WPN”, jak i w rejonach najatrakcyjniejszych i atrakcyjnych dla turystyki i wypoczynku funkcja turystyczno-wypoczynkowa nie jest i nie będzie również w przyszłości funkcją wiodącą. Środowisko przyrodnicze Wielkopolski nie posiada bowiem takich walorów, by - nawet przy znacznych nakładach finansowych na rozwój wypoczynku - funkcja turystyczno-wypoczynkowa zdominowała inne funkcje.

Fragmenty doliny rzeki Warty, nie objęte wyróżnionymi rejonami, mogą również z powodzeniem pełnić funkcje rekreacyjne. W przypadku Warty w granicach Poznania i na obszarze metropolitalnym winna być przeprowadzona restytucja środowiska. Odtworzenie środowiska doliny Warty jest niezbędne m.in. dla potrzeb biologicznych, krajobrazowo-estetycznych miasta i wykorzystania terenów doliny dla wypoczynku (Raszka 2003). Istotna jest ochrona doliny Warty przed niepożądanym w tym miejscu budownictwem. Warto przypomnieć, że dla ochrony cennych przyrodniczo terenów położonych w zasięgu przestrzennym aglomeracji poznańskiej już w latach 80. postulowano zmianę kierunków rozwoju aglomeracji z północno-południowego (oś Wielkopolski Park Narodowy - Puszcza Zielonka) na zachodnio-wschodni oraz zamknięcie terenów osiedleńczych w rejonie WPN (Piwowarczyk 1988).

Tereny położone w okolicach Poznania, w tym „mikroregion WPN” powinny być dostosowane do funkcji wypoczynkowej głównie dla obsługi mieszkańców Poznania. I właśnie dlatego niezbędne jest precyzyjne określenie produktów turystycznych bazujących na lokalnym potencjale mikroregionu, wykorzystując nie tylko jego atuty przyrodnicze, ale także gospodarcze i historyczne, np. związane z kształtowaniem krajobrazu rolniczego. Wymaga to wprowadzenia określonych

zabiegów dostosowawczych, umożliwiających uwydatnienie walorów mikroregionu i zaprezentowanie ich odbiorcy w postaci określonych produktów.

Parki krajobrazowe jako miejsce turystyki i wypoczynku

Najbardziej atrakcyjnymi obszarami turystyczno-wypoczynkowymi w Wielkopolsce, podobnie jak i w całym kraju, są parki krajobrazowe, które obecnie są w stanie zaspokoić rosnący społeczny popyt – zarówno krajowy, jak i zagraniczny – na przestrzeń przyrodniczo-kulturową, mogącą być wykorzystaną dla potrzeb turystyki i wypoczynku. Są one także w różnym stopniu zagospodarowane dla potrzeb turystyki i wypoczynku oraz w różnym stopniu odwiedzane przez turystów, przy czym liczba ta prawie w żadnym parku nie jest skorelowana z jego chłonnością przyrodniczą oraz postawami i potrzebami lokalnych mieszkańców.

Dla ochrony przestrzeni parków krajobrazowych przed nadmiernym ruchem turystycznym i działalnością wypoczynkową niezbędne jest wprowadzanie podziału na strefy zgodnie z obciążeniami antropogenicznymi. Wyznacznikiem tego obciążenia są sposób, zakres i intensywność działalności gospodarczej, a także pozagospodarcze wykorzystanie środowiska przez człowieka. Strefy parków krajobrazowych różnią się między sobą także uwarunkowaniami związanymi z planowaniem funkcji turystycznych:

- a) strefa rezerwatów przyrody – ochrona najcenniejszych z przyrodniczego punktu widzenia obszarów, gdzie jedyną formą aktywności turystycznej może być krajoznawstwo w formie zwiedzania (podróży edukacyjnej) wzdłuż znakowanych tras (szlaków);
- b) strefa parkowa – zagospodarowanie turystyczne może obejmować przekształcenia istniejących ośrodków wczasowych (powstałych przed utworzeniem parku) w obiekty obsługi form turystyki kwalifikowanej, przekształcenia wiejskiej zabudowy w obiekty obsługi ruchu turystycznego oraz wprowadzanie obiektów obsługi bezpośredniej (np. punkty informacyjne, parkingi) oraz noclegowej, gastronomicznej i sanitarnej, często lokalizowanych poza granicami parku;
- c) strefa ochronna (otulina) – zabezpieczenie parku przed szkodliwym działaniem czynników zewnętrznych oraz umożliwienie funkcjonowania korytarzy ekologicznych pozwalających na migrację gatunków z obszaru parku na zewnątrz i z zewnątrz do parku, możliwy jest większy rozwój infrastruktury, np. lokalizacja zabudowy letniskowej.

Obecnie szczególną rolę w naszym kraju w ochronie zasobów przyrody (siedlisk, gatunków roślin i zwierząt) oraz w prowadzeniu działalności gospodarczej, w tym także turystycznej, mają ptasie i siedliskowe obszary Natura 2000, tworzące paneuropejską sieć obszarów chronionych (ok. 21% powierzchni kraju, 66,7% wszystkich gmin). Obejmują one wiele już istniejących form ochrony przyrody, w tym także parki krajobrazowe.

Zagospodarowanie turystyczno-wypoczynkowe jako zadanie strategiczne

Strategicznym celem obszarów chronionych, zwłaszcza parków krajobrazowych i obszarów NATURA 2000, w okresie nie przekraczającym najbliższych 15-20 lat, jest doprowadzenie do stanu, w którym wszelka aktywność i działania struktur gminnych, podmiotów gospodarczych, lokalnych społeczności, osób fizycznych, polegające na optymalnym wykorzystywaniu zasobów środowiska i wpływające na jego jakość, będą pozostawać w pełnej zgodności z wymogami rozwoju zrównoważonego. Oznacza to:

- bezwzględne stosowanie się do prawnych wymogów ochrony środowiska przez działające na terenie miejscowości jednostki organizacyjne, podmioty gospodarcze i mieszkańców, w tym odpowiednio wczesne przygotowywanie się do spełniania zaostających się kryteriów i normatywów w tym zakresie, optymalizację wykorzystania przestrzeni i ochronę obszarów o szczególnych walorach przyrodniczych i krajobrazowych;
- zminimalizowanie szkodliwych oddziaływań na wszystkie komponenty środowiska gminy, m.in. poprzez pełną realizację i właściwą eksploatację infrastruktury technicznej w zakresie ochrony środowiska.

Dla rozwoju turystyki i wypoczynku, podobnie jak i dla wielu innych działań gminy na obszarze chronionym, niezbędne jest występowanie na jej terenie wysokiej czystości wód powierzchniowych i powietrza, dobrej jakości wody ujmowanej na cele konsumpcyjne, czystych, wolnych od zanieczyszczeń lasów i gleb, zróżnicowanych i bogatych gatunkowo populacji roślin i zwierząt flory i fauny, harmonijnie skomponowanych krajobrazów oraz estetycznego i bezpiecznego środowiska zamieszkania. Pozwoli to na uzyskanie przez mieszkańców gminy możliwości życia w zdrowym, bezpiecznym oraz racjonalnie zagospodarowanym i wykorzystywanym otoczeniu, które jednocześnie przyciągać będzie turystów i (umożliwiając wypoczynek) w wydatny sposób poprawi jakość życia. Ten strategiczny cel dla wszelkich działań z zakresu ochrony środowiska jest jednocześnie podstawą dla efektywności działań gminy na rzecz rozwoju turystyki i rekreacji.

Podsumowanie

Rozwój różnych form turystyki na obszarach wiejskich, w tym także agroturystyki, musi być rozpatrywany jako jeden z elementów wielofunkcyjnego rozwoju wsi i jedna z form aktywizacji środowiska lokalnego. Rozwój turystyki nie może być działaniem izolowanym, lecz wymaga równoczesnej rozbudowy infrastruktury towarzyszącej (usługowej, kulturalnej, ochrony środowiska i zasobów przyrodniczych, komunalnej). Turystyka jest działalnością gospodarczą przynoszącą korzyści, jednak tylko w warunkach odpowiedniego inwestowania. Dochody pojawią się tylko wtedy, gdy turyści zostaną prawidłowo, na satysfakcjonującym ich poziomie, obsłużeni. Bez inwestowania

w bazę turystyczną oczekiwania inwestorów i władz gminy mogą się okazać nierealistyczne. Agroturystyka nie może być także traktowana jako wyłączne lub główne źródło dochodu, lecz tylko jako działalność towarzysząca.

Decydujące znaczenie dla dobrego rozwoju turystyki i rekreacji, spośród całokształtu układu czynników określających ich rozwój będą miały: rozwój gospodarczy, zahamowanie bezrobocia, rozwój oświaty, wychowanie w zakresie turystyki i rekreacji oraz ochrona środowiska przyrodniczego. W analizach specyfiki agroturystyki na obszarach parków krajobrazowych podkreśla się ważność zależności występujących między miejscami rozwoju turystyki i wypoczynku a środowiskiem przyrodniczym, gdzie się rozwijają, oraz mieszkańcami a gośćmi i gospodarką turystyczną. Podstawową zasadą jest ściśle, bezkonfliktowe współdziałanie wszystkich tych stron w celu minimalizacji szkód w środowisku przyrodniczym, zasobach przyrody i kultury, przy jednoczesnym optymalnym zadowoleniu klientów oraz zapewnieniu rozwoju gospodarczego danego rejonu. Przy współdziałaniu z projektami rolniczymi, w tym rolnośrodowiskowymi, kształtują się już nowe produkty turystyczne, mogące uwzględniać także nowe lokalne rynki produkcji wysokiej jakości żywności w warunkach proekologicznej działalności produkcyjnej. W upowszechnieniu tego typu produktów decydujące znaczenie będzie miał marketing, bowiem w obecnej sytuacji wzrostu cen żywności ubożące społeczeństwo w niewielkim stopniu będzie zainteresowane produktami drogimi, chociaż dobrej jakości.

Dla ochrony w warunkach rozwoju gospodarczego form ochrony przyrody podstawowe znaczenie ma opracowanie i przyjęcie planów ochrony, precyzujących sposób osiągnięcia celów ochrony. Ustalenia zawarte w projekcie planu ochrony Rogalińskiego Parku Krajobrazowego, planach ochrony obszarów NATURA 2000, czy projekcie nowego planu ochrony Wielkopolskiego Parku Narodowego byłyby także podstawą do wprowadzenia odpowiednich postanowień do miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego gmin. Jeszcze większe związki występują między planami ochrony a przedsięwzięciami strategicznymi w zakresie rekreacji i turystyki, a mianowicie:

1) dotyczącymi ochrony wód

- uporządkowanie gospodarki ściekowej na terenach istniejącej zabudowy rekreacyjnej przez budowę sieci kanalizacyjnych odprowadzających ścieki do oczyszczalni lub przejściowo do jednego lub kilku zbiorników bezodpływowych w obrębie każdego kompleksu zabudowy rekreacyjnej (np. nielegalna zabudowa rekreacyjna nad Jeziorem Dymaczewskim)
- polepszenie jakości wód w jeziorach, w tym obniżenie ich eutrofizacji przez odcięcie dopływu zanieczyszczeń komunalnych, odsunięcie granicy uprawy od linii brzegowej oraz napowietrzanie wody

2) dotyczącymi ochrony powierzchni ziemi i ładu przestrzennego

- wyznaczanie nowych terenów pod budownictwo rekreacyjne w sąsiedztwie istniejących jednostek osadniczych i przy uwzględnieniu:
 - przeznaczania pod kompleksy zabudowy rekreacyjnej tylko gruntów słabych i najslabszych
 - dostosowania wielkości kompleksów zabudowy do pojemności rekreacyjnej terenu i przewidywanego ruchu turystycznego
 - położenia zabudowy poza dnami rynien jeziornych i ich zboczami w odległości do 100 m od linii brzegowej jezior
- stymulowanie zachowania możliwie dużego udziału powierzchni biologicznie czynnej na terenach rekreacyjnych

3) dotyczącymi ochrony walorów przyrodniczych

- koncentrowanie ruchu turystycznego i penetracji rekreacyjnej na obszarach o wysokich walorach przyrodniczych, zwłaszcza na terenach chronionych i w lasach poprzez odpowiednie wytyczenie i urządzenie szlaków turystycznych, ścieżek dydaktycznych i miejsc odpoczynku, a także przez skuteczne egzekwowanie przepisów porządkowych.

W strategii rozwoju tej marki rozważyć natomiast należy dostępność bazy noclegowej na wsi dla turystów zagranicznych, dostępność urządzeń sanitarnych, główny docelowy rynek krajowy (niższe i średnie warstwy społeczne w polskich miastach), rynek zagraniczny (głównie Niemcy), jakość krajobrazu i naturalnych atrakcji (zwłaszcza na terenach chronionych) oraz możliwość rozwoju grup kwaterodawców wiejskich w celu podniesienia standardu, poprawy marketingu i rezerwacji pojedynczych noclegów.

Biorąc pod uwagę cele tworzenia obszarów chronionych, turystyka i wypoczynek są - obok ochronnej – często podstawową ich funkcją. Dotyczy to zwłaszcza parków narodowych, parków krajobrazowych, obszarów chronionego krajobrazu i zespołów przyrodniczo-krajobrazowych. W przypadku obszarów chronionego krajobrazu, np. zlewni jezior kórnicko-zaniemyskich właśnie możliwości szerokiego wykorzystania przez zagospodarowanie turystyczne różnią tę formę ochrony przyrody od wszystkich pozostałych. Nie jest to jednak równoznaczne z przyjęciem, że na obszarach chronionego krajobrazu możliwości rozwoju turystyki są nieograniczone. Z jednej bowiem strony turystyka nie może prowadzić do dewastacji środowiska przyrodniczego i zasobów przyrody obszaru chronionego, z drugiej natomiast - ze względu na różny stopień kwalifikacji - nie wszystkie formy turystyki mogą rozwijać się w równym stopniu na tych samych terenach. Muszą być poza tym uwzględnione potrzeby ludności miejscowej i funkcje wynikające z faktu jej stałego zamieszkania i rolniczego, leśnego i osadniczego wykorzystania tych terenów. Także o gospodarce turystycznej decydować będą prywatni inwestorzy i gmina, która poprzez planowanie przestrzenne, przy

współdziałaniu z dyrekcją Wielkopolskiego Parku Narodowego i Zarządu Parków Krajobrazowych Województwa Wielkopolskiego (w przypadku obszarów NATURA 2000 z wojewodą wielkopolskim), stworzyć może system zachęt dla inwestorów.

W województwie wielkopolskim agroturystyka i turystyka wiejska rozwijają się stale, począwszy od lat 90-tych XX wieku. Informacje dotyczące liczby kwater agroturystycznych i pokoi gościnnych różnią się znacznie, w zależności od źródła danych i formy przeprowadzonego badania. I tak według danych GUS (na podstawie badania KT-1 posiadających 10 i więcej miejsc noclegowych) w 2013 r. w województwie wielkopolskim działały 72 kwatery agroturystyczne oraz 29 obiektów oferujących pokoje gościnne. Dużo większy poziom wiarygodności mają jednak dane Wielkopolskiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego (WODR), które w ramach prowadzonej działalności doradczej monitoruje rozwój agroturystyki w Wielkopolsce, dokonując tzw. „liczenia” gospodarstw. Według badania przeprowadzonego przez WODR liczba gospodarstw agroturystycznych działających w województwie wielkopolskim wzrosła w 2013 roku do 727, w porównaniu z 693 w 2012 roku. Zgodnie z tymi danymi baza agroturystyczna Wielkopolski dysponowała 8 970 miejscami noclegowymi.

Baza agroturystyczna w województwie wielkopolskim jest rozłożona nierównomiernie. Według danych Wielkopolskiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego w 2013 r. najwięcej gospodarstw agroturystycznych znajdowało się w powiatach: międzychodzkiem (65), czarnkowsko-trzcianieckim (62), słupeckim (52), konińskim (50), ostrzeszowskim (42). Najmniej gospodarstw funkcjonowało w powiatach: krotoszyńskim (4), kępińskim (5), grodziskim (6), chodzieskim (6).

Jednym z warunków rozwoju turystyki wiejskiej w Wielkopolsce jest popularyzacja i promocja wielkopolskiej wsi jako miejsca wypoczynku, podniesienie jakości usług świadczonych turystycznych oraz zachęcenie do wypoczynku na wsi zarówno gości krajowych, jak i zagranicznych. Realizacji tych celów sprzyja organizacja Konkursu na Najlepszy Obiekt Turystyki Na Obszarach Wiejskich w Wielkopolsce.

Konkurs organizowany jest cyklicznie od 2007 roku przez Urząd Marszałkowski Województwa Wielkopolskiego we współpracy z Uniwersytetem Przyrodniczym w Poznaniu i Wielkopolskim Towarzystwem Agroturystyki i Turystyki Wiejskiej. Wyłaniane są w nim najlepsze obiekty turystyki wiejskiej, oceniane w trzech kategoriach: gospodarstwo agroturystyczne w funkcjonującym gospodarstwie rolnym, obiekty bazy noclegowej o charakterze wiejskim oraz obiekty na terenach wiejskich o charakterze np. terapeutycznym, edukacyjnym, rekreacyjnym itp. wykorzystujące tradycje i walory wsi. W latach 2007-2014 przeprowadzono osiem edycji konkursu, w których nagrodzono 78 obiektów, przyznając dodatkowo 44 wyróżnienia. Łączna pula przekazanych nagród wyniosła 459.000 zł.

3.2.5 Turystyka biznesowa

Ze względu na motywy przyjazdu oraz charakterystykę pobytu odwiedzających turystyka biznesowa stanowi całkowicie odmienną kategorię produktową, która dodatkowo jest wewnętrznie zróżnicowana. W jej skład wchodzi (Medlik 2003; Davidson, Cope, 2003; Swarbrooke and Horner, 2002):

- indywidualne podróże służbowe pracowników,
- grupowe spotkania stowarzyszeń i instytucji w formie konferencji, kongresów, zjazdów itp.,
- wydarzenia i imprezy biznesowe w formie wyjazdów szkoleniowych i integracyjnych, zebrań zarządów i rad nadzorczych, pokazów produktów itp.,
- imprezy targowe i wystawiennicze,
- wyjazdy motywacyjne oraz specjalne wyjazdy i pobyty korporacyjne.

Analizując turystykę biznesową z perspektywy podażowej, a więc z punktu widzenia tworzenia produktu turystycznego, można stwierdzić, że jest ona istotną częścią tzw. przemysłu MICE (*meetings–incentives–conferences–exhibitions*). Określenie to coraz częściej zastępuje się bardziej zrozumiałym terminem „branża spotkań”, który nastawiony jest również na obsługę mieszkańców (jako uczestników spotkań i wydarzeń) oraz obejmuje komponent imprez związanych z czasem wolnym (kulturalnych, sportowych, rozrywkowych), szczególnie tych wielkich o ponadregionalnym charakterze, których organizacja wymaga wiedzy logistycznej, finansowej i marketingowej, niezależnie od formy wydarzenia.

Najbardziej istotną cechą różnicującą tę kategorię produktową od tradycyjnych form turystyki jest pochodny popyt zgłaszany na usługi i dobra turystyczne, które są nabywane, ponieważ stanowią składniki niezbędne do osiągnięcia ostatecznego celu podróży i pobytu turystów biznesowych (np. podpisanie umowy, prezentacja oferty, zdobycie informacji podczas imprezy targowej lub uczestnictwo w konferencji). Ponadto, jest ona w relatywnie mniejszym stopniu uzależniona od ogólnej atrakcyjności turystycznej obszaru, która jest czynnikiem istotnym, ale nie decydującym o jej potencjale. W dużo większym stopniu zależy od koncentracji przestrzennej innych funkcji społeczno-gospodarczych, jak funkcja handlowa, przemysłowa, naukowa, administracyjna, a także od specjalistycznej infrastruktury (obiekty wystawiennicze, ośrodki konferencyjne i centra kongresowe, wielkoformatowe obiekty noclegowe itp.) i dostępności komunikacyjnej. Z tych przyczyn jej rozwój odbywa się przede wszystkim w ośrodkach miejskich, przy czym wielkość i dynamika tego rozwoju zależne są od wielkości miast.

Ze względu na wysoki potencjał gospodarczy województwa wielkopolskiego turystyka biznesowa stanowi jedną z kluczowych form turystyki w regionie. Według danych Instytutu Turystyki (2013), w latach 2007-2013 cele służbowe i interesy zgłaszało średniorocznie 20% turystów

krajowych realizujących pobyty krótkookresowe (w tym w 2012 roku udział ten wynosił aż 33%) oraz 15,3% turystów krajowych realizujących długie pobyty w Wielkopolsce (w 2012 roku 31%). W przypadku turystów zagranicznych udział ten, niezależnie od długości pobytu, wyniósł średnio 36% i jest najlepszym wynikiem spośród wszystkich wyodrębnianych celów pobytu. Oznacza to, że turystyka biznesowa stanowi najsilniejszy czynnik umiędzynarodowienia ruchu turystycznego w województwie wielkopolskim.

Istotną rolę turystyki biznesowej potwierdzają także wyniki badań ruchu turystycznego wykonywanych w 2011 oraz 2013 roku przez Biostat na zlecenie WOT (Biostat 2013), realizowanych bezpośrednio wśród osób odwiedzających Wielkopolskę w miejscach o dużej atrakcyjności z punktu widzenia turystyki tradycyjnej. Zgodnie z ich wynikami, cele biznesowe (załatwianie spraw służbowych, udział w konferencji, szkoleniu lub zjeździe oraz uczestnictwo w targach i wystawach) jako cel pobytu wskazało 26% respondentów w 2011 roku oraz 15,5% respondentów w 2013 roku. Z kolei z badań wykonanych w 2011 roku przez zespół AWF Poznań na potrzeby strategii rozwoju turystyki w Poznaniu wynika, że cele służbowe i biznesowe zgłaszało 37,2% badanych respondentów odwiedzających stolicę Wielkopolski (Bosiacki, Śniadek, Hołderna-Mielcarek, Majchrzak 2011).

Potencjał podażowy z zakresu turystyki biznesowej można scharakteryzować jedynie poprzez infrastrukturę targową oraz bazę konferencyjną. Na bazę targową składa się 17 pawilonów wystawienniczych, co daje prymat w całym kraju. Ponadto, według GUS, na terenie Wielkopolski znajdują się 304 obiekty noclegowe oferujące 667 sal konferencyjnych dysponujących ponad 41 tysiącami miejsc (2013). Potencjał ten pozwala na osiągnięcie trzeciej pozycji (po województwie mazowieckim oraz małopolskim), z udziałem 8,72% wszystkich sal w Polsce.

Wyniki analizy przestrzennej potencjału turystycznego województwa wielkopolskiego, według odpowiedniej dla poszczególnych form turystyki biznesowej infrastruktury oraz ogólnogospodarczych uwarunkowań, dają podstawę do uznania, że kluczowym ośrodkiem jej rozwoju jest aglomeracja poznańska, którą tworzy miasto Poznań oraz powiat poznański.

Z jednej strony, za jego przewagą konkurencyjną przemawia ponadregionalna, a nawet ponadnarodowa specjalizacja. Jest to największy ośrodek targowy w Polsce i Europie Środkowo-Wschodniej, który sukcesywnie wzmacnia swoją funkcję konferencyjną, m.in. poprzez wybudowanie wielofunkcyjnej Sali Ziemi na 2000 osób wraz z zapleczem obsługowym. W 2012 roku w Poznaniu zorganizowano 15 wielkich spotkań międzynarodowych rejestrowanych przez organizację International Congress and Convention Association (ICCA 2013) oraz 10 spotkań międzynarodowych rejestrowanych przez Union of International Associations (UIA 2013), co pozwoliło zająć trzecie miejsce w kraju w tym zakresie.

Z drugiej strony przewaga konkurencyjna aglomeracji poznańskiej bazuje na wielofunkcyjności biznesowej – jej obszar to równocześnie silny ośrodek konferencyjno-kongresowy, obszar organizacji

pobytów korporacyjnych i motywacyjnych oraz miejsce koncentracji indywidualnych podróży służbowych.

Według danych GUS, na jej terenie znajdują się 92 obiekty noclegowe (w tym 8 należących do międzynarodowych sieci hotelowych) dysponujące łącznie 261 salami konferencyjnymi różnej wielkości (2013 rok), co stanowi aż 39% potencjału całego województwa. Pogłębione badania natężenia bazy konferencyjnej przeprowadzone w 2010 roku na potrzeby realizacji „Studium uwarunkowań rozwoju przestrzennego aglomeracji poznańskiej” i uwzględniające wszystkie typy obiektów, a nie tylko obiekty noclegowe (które stanowią 57% z nich), wykazały, że na terenie aglomeracji poznańskiej funkcjonuje łącznie 161 obiektów świadczących usługi konferencyjne, z których zdecydowana większość – 117 obiektów, zlokalizowana jest na terenie Poznania. Łączna liczba wszystkich miejsc konferencyjnych wynosi blisko 71 tysięcy. Na terenie Poznania zlokalizowanych jest 73% obiektów, 78% sal oraz aż 87% wszystkich miejsc konferencyjnych oferowanych w aglomeracji poznańskiej (Bródka, Zmysłony 2012). Obliczenia takie nie były dokonywane dla całego województwa.

Poza dominującą rolę stolicy województwa, do powiatów mających status subregionalnych ośrodków turystyki biznesowej można zaliczyć miasto Leszno i powiat leszczyński (15 obiektów noclegowych dysponujących 41 salami, udział 6,2% w liczbie sal ogółem w województwie), miasto Konin i powiat koniński (18 obiektów, 38 sal, udział 5,7%), powiat nowotomyski (8 obiektów, 29 sal, udział 4,4%), powiat gnieźnieński (14 obiektów, 26 sal, udział 3,9%), powiat pilski (10 obiektów, 24 sale, udział 3,6%). Możliwości rozwoju turystyki biznesowej wykazują także: miasto Kalisz i powiat kaliski (13 obiektów, 22 sale), powiat wrzesiński (7 obiektów, 18 sal), powiat grodziski (6 obiektów, 16 sal), pleszewski (8 obiektów, 16 sal), chodzieski (10 obiektów, 15 sal), wolsztyński (10 obiektów, 15 sal) oraz ostrowski (8 obiektów, 13 sal) (GUS 2014). W tych ośrodkach rekomenduje się rozwój oferty biznesowej korporacyjnej (szkolenia, narady, pobyty integracyjne) oraz oferty skierowanej do indywidualnych turystów służbowych. Ponadto możliwy jest, w ograniczonym zakresie, rozwój funkcji konferencyjnej.

3.2.6 Turystyka tranzytowa

Turystyka tranzytowa stanowi kategorię produktową, której odbiorcami są: (1) podróżni krajowi i zagraniczni przejeżdżający przez województwo wielkopolskie, (2) zawodowi przewoźnicy (kierowcy) oraz (3) odwiedzający jednodniowi zgłaszający cele i motywy turystyczne, jednak niekorzystający z noclegu na terenie Wielkopolski.

Rzeczywista wielkość turystyki tranzytowej jest trudna do dokładnego określenia. Z danych statystycznych Instytutu Turystyki (2013) wynika, że średnioroczny udział turystów zagranicznych

w celach tranzytowych wyniósł w latach 2007-2012 10,2%. Z kolei wyniki badań ruchu turystycznego wykonanych w 2011 oraz 2013 roku przez Biostat (2013) na zlecenie WOT wskazują, że wielkość tranzytowego ruchu turystycznego wyniosła 1,3-1,4%. Z kolei ruch wycieczkowy (bez noclegu) został określony w przedziale 14,7-15,4%.

Podstawą rozwoju turystyki tranzytowej jest wykorzystanie dogodnego położenia jako miejsca tranzytu lub punktu przesiadkowego. Głównymi czynnikami rozwoju tej formy turystyki w odniesieniu do pierwszej i drugiej grupy odbiorców jest odpowiednia w standardzie i jakości infrastruktura komunikacyjna, towarzyszące jej urządzenia i obiekty dedykowane obsłudze podróżnych (np. parkingi i miejsca do wypoczynku, motele i pensjonaty, obiekty gastronomiczne) oraz jakość oznakowania kierującego do atrakcji turystycznych. Z uwagi na to, że głównym motywem kształtowania oferty tej formy turystyki jest wydłużenie czasu pobytu odwiedzających i podróżnych w Wielkopolsce, jej rozwój powinien mieć charakter pochodny i służebny w stosunku do innych form turystyki. Podstawą rozwoju produktu jest zwiększanie atrakcyjności oraz udostępnienie walorów turystycznych znajdujących się na pasach przestrzeni o szerokości do 80-100 kilometrów, przylegających do głównych szlaków komunikacyjnych województwa. Na tych terenach możliwy jest rozwój opisanych wcześniej form produktów turystycznych: krajoznawczej, kwalifikowanej i wypoczynkowej. Z uwagi na dotychczasowy oraz planowany rozwój różnych form komunikacji, zalecany jest rozwój turystyki tranzytowej wzdłuż tras samochodowych, ale także rzecznych i, w znacznie mniejszym zakresie, kolejowych.

Do głównych czynników rozwoju turystyki tranzytowej w odniesieniu do trzeciej wyróżnionej grupy odbiorców jest zwiększenie atrakcyjności oferty wcześniej opisanych grup produktowych oraz wzrost jakości infrastruktury turystycznej, uzupełniającej oraz technicznej na całym terenie województwa wielkopolskiego. Dodatkowym czynnikiem rozwojowym jest zwiększanie alternatywnych form transportu (np. rowerowego i rzeczno) i związanej z nimi koniecznej infrastruktury, a także rozwój systemu wizualnej informacji turystycznej (oznakowania turystycznego). Celem jest wydłużenie czasu pobytu odwiedzających w województwie wielkopolskim na dłuższy czas, łącznie ze spędzeniem co najmniej jednego noclegu.

Do głównych obszarów rozwoju produktu turystyki tranzytowej należą:

- miejscowości i tereny leżące w pasie terenu wzdłuż autostrady A2 znajdujące się w powiatach: nowotomyskim, szamotulskim, poznańskim, m. Poznań, średzkim, wrzesińskim, słupeckim, konińskim, tureckim i kolskim,
- miejscowości i tereny leżące w pasie terenu wzdłuż drogi ekspresowej S5 znajdujące się w powiatach: gnieźnieńskim, poznańskim, m. Poznań, grodziskim, kościańskim, leszczyńskim i rawickim,

- miejscowości i tereny leżące w pasie terenu wzdłuż drogi ekspresowej S8 znajdujące się w powiatach: kępińskim i ostrzeszowskim,
- miejscowości i tereny leżące w pasie terenu wzdłuż drogi ekspresowej S11 oraz drogi krajowej nr 11 znajdujące się w powiatach: złotowskim, pilskim, chodzieskim, czarnkowsko-trzcianieckim, średzkim, jarocińskim, pleszewskim, ostrowskim, ostrzeszowskim i kępińskim,
- miejscowości i tereny leżące w pasie terenu wzdłuż drogi wodnej Wielkiej Pętli Wielkopolski znajdującej się w powiatach: czarnkowsko-trzcianieckim, pilskim, wągrowieckim, konińskim, m. Konin, słupeckim, wrzesińskim, średzkim, śremskim, poznańskim, m. Poznań, obornickim, szamotulskim, międzychodzkiem,
- Wolsztyn, Poznań, Leszno, węzły kolei parowozowej (w perspektywie rozwoju produktu turystyka kolejowa w Wielkopolsce).

3.3 Identyfikacja produktów markowych

Procedura identyfikacji markowych produktów turystycznych Wielkopolski obejmowała: ocenę unikatowych walorów przyrodniczo-geograficznych i antropogenicznych, ocenę potencjału turystycznego powiatów, ocenę stanu zagospodarowania turystycznego tych walorów, a także rozpoznawalność tychże walorów na rynku turystycznym (krajowym i międzynarodowym).

Na bazie przeprowadzonych analiz wyodrębniono cztery grupy produktów turystycznych:

- markowe produkty turystyczne, czyli produkty dotyczące unikatowych walorów Wielkopolski, których głównymi odbiorcami są turyści krajowi i międzynarodowi⁷⁷,
- regionalne i uzupełniające produkty turystyczne, których odbiorcami są turyści krajowi, w dużej części mieszkańcy Wielkopolski i regionów ościennych,
- lokalne produkty turystyczne, czyli oferta adresowana do mieszkańców województwa, danego powiatu, gminy lub do wąskiej, wyspecjalizowanej grupy odbiorców.

Dla obecnego i przyszłego kierunku rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim najistotniejsze są produkty zaliczone do pierwszej grupy, czyli tzw. markowe produkty turystyczne o randze międzynarodowej lub krajowej.

Na podstawie przeprowadzonych analiz sklasyfikowano aktualną ofertę turystyczną Wielkopolski w dwóch kategoriach: markowe produkty turystyczne oraz regionalne i uzupełniające produkty turystyczne – por. tab. 48.

Zrezygnowano z przedstawiania produktów o charakterze lokalnym, bowiem ich odbiorcami z reguły jest społeczność lokalna, w niewielkim zaś stopniu turyści krajowi, czy międzynarodowi.

⁷⁷ Powyższe określenie nie oznacza, że regionalne i lokalne produkty turystyczne Wielkopolski nie mają określonych marek, pod którymi funkcjonują na rynku.

Tab. 48 Markowe, regionalne i uzupełniające produkty turystyczne województwa wielkopolskiego

MIASTA I POWIATY	MARKOWE PRODUKTY TURYSTYCZNE	REGIONALNE I UZUPEŁNIAJĄCE PRODUKTY TURYSTYCZNE
m. Poznań	<p>Turystyka kulturowa</p> <ul style="list-style-type: none"> – zespół obiektów Szlaku Piastowskiego, w tym m.in. Trakt Królewsko-Cesarski oraz ICHOT Brama Poznania – Szlak Romański <p>Turystyka biznesowa</p> <ul style="list-style-type: none"> – MTP Poznań, kongresy i konferencje <p>Turystyka aktywna</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wielka Pętla Wielkopolski 	<p>Turystyka aktywna</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wielkopolski System Szlaków Rowerowych – Szlak rowerowy R-9 – Imprezy i wydarzenia sportowe o randze krajowej i międzynarodowej (np. Maraton Poznański) <p>Turystyka kulturowa</p> <ul style="list-style-type: none"> – Imprezy kulturalne – cykliczne (np. Biennale Tańca Współczesnego, Malta Festival) – specjalistyczna (Kolejka Parkowa Maltanka) <p>Turystyka tranzytowa</p> <p>Turystyka biznesowa</p> <ul style="list-style-type: none"> – Centra konferencyjne szkół wyższych – Stary Browar (turystyka zakupowa)
Powiat poznański	<p>Turystyka kulturowa</p> <ul style="list-style-type: none"> – Szlak Piastowski <p>Turystyka aktywna</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wielka Pętla Wielkopolski 	<p>Turystyka aktywna</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wielkopolski System Szlaków Rowerowych – Szlak rowerowy R-9 – wodna, rowerowa, jeździecka <p>Turystyka kulturowa</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wielkopolska oraz Lubuska Droga św. Jakuba – Szlak Cysterski – Cykliczne imprezy kulturalne – Zabytki (Rogalin, Kórnik, Puszczykowo, Szreniawa, Zaniemyśl) <p>Turystyka biznesowa</p> <p>Turystyka tranzytowa</p>
Powiat chodzieski	<p>Turystyka aktywna</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wielka Pętla Wielkopolski 	<p>Turystyka aktywna</p> <p>Turystyka kulturowa: szlak zamków pałaców i dworców (Margońska Wieś, Pietronki)</p> <p>Turystyka tranzytowa (skala krajowa przy drodze nr 11)</p>
Powiat czarnkowsko-trzcianecki	<p>Turystyka aktywna</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wielka Pętla Wielkopolski 	<p>Turystyka aktywna</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wielkopolski System Szlaków Rowerowych – szlak rowerowy R1 – szlaki piesze i rowerowe <p>Turystyka kulturowa</p> <ul style="list-style-type: none"> – śluzy na Noteci – Browar w Czarnkowie <p>Turystyka wiejska</p>
Powiat gnieźnieński	<p>Turystyka kulturowa</p> <ul style="list-style-type: none"> – Szlak Piastowski 	<p>Turystyka aktywna</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wielkopolski System Szlaków Rowerowych – Skorzęcin i turystyka wodna <p>Turystyka kulturowa</p>

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

		<ul style="list-style-type: none"> – Gniezno – Szlak Romański – Wielkopolska Droga św. Jakuba – Gnieźnieńska Kolej Wąskotorowa, Parowozownia Gniezno – Spotkania Młodych na Lednicy – pałace w Czarniejewie i Zakrzewie
Powiat gostyński		<p>Turystyka kulturowa</p> <ul style="list-style-type: none"> – klasztor filipinów na Świętej Górze w Głogówku koło Gostynia) – zespoły pałacowo-parkowe – Szlak Romański <p>Turystyka aktywna</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wielkopolski System Szlaków Rowerowych – szlak rowerowy R9 – turystyka jeździecka
Powiat grodziski		<p>Turystyka kulturowa (Grodziska Kolej Drezynowa)</p>
Powiat jarociński		<p>Turystyka kulturowa (Jarocin Festiwal)</p> <p>Turystyka aktywna</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wielkopolski System Szlaków Rowerowych <p>Turystyka tranzytowa (skala krajowa przy drodze nr 11)</p>
m. Kalisz i powiat kaliski	<p>Turystyka kulturowa</p> <ul style="list-style-type: none"> – Szlak Piastowski 	<p>Turystyka aktywna</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wielkopolski System Szlaków Rowerowych <p>Turystyka kulturowa</p> <ul style="list-style-type: none"> – religijna (Sanktuarium św. Józefa w Kaliszu) – Szlak Bursztynowy – Szlak Romański
Powiat kępiński		<p>Turystyka aktywna</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wielkopolski System Szlaków Rowerowych <p>Turystyka tranzytowa (skala krajowa przy drodze nr 11)</p>
Powiat kolski		<p>Turystyka aktywna</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wielkopolski System Szlaków Rowerowych <p>Turystyka kulturowa</p> <ul style="list-style-type: none"> – Podziemna Trasa Turystyczna w Kopalni Soli "KŁODAWA" – Szlak Romański – Muzeum Byłego Niemieckiego Obozu Zagłady Kulmhoff w Chełmnie nad Nerem <p>Turystyka tranzytowa</p>
m. Konin i powiat koniński	<p>Turystyka aktywna</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wielka Pętla Wielkopolski <p>Turystyka kulturowa</p> <ul style="list-style-type: none"> – Szlak Piastowski 	<p>Turystyka aktywna</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wielkopolski System Szlaków Rowerowych <p>Turystyka kulturowa</p> <ul style="list-style-type: none"> – Konin – Szlak Bursztynowy – Szlak Romański

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

		<ul style="list-style-type: none"> – Sanktuarium w Licheniu Starym <p>Turystyka aktywna: wodna (Jeziora Ślesińskie, Mikorzyńskie, Pątnowskie)</p> <p>Turystyka wiejska</p> <p>Turystyka tranzytowa (autostrada A2)</p>
Powiat kościański	<p>Turystyka kulturowa</p> <ul style="list-style-type: none"> – Szlak Piastowski 	<p>Turystyka aktywna</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wielkopolski System Szlaków Rowerowych – szlak rowerowy R9 <p>Turystyka kulturowa</p> <ul style="list-style-type: none"> – kolejowa (Śmigielska Kolej Wąskotorowa, Krzywińska Kolej Drezynowa, Kolejka Parkowa Cichowo) – Wielkopolska i Nadwarciańska Droga św. Jakuba – Szlak Romański
Powiat krotoszyński		<p>Turystyka aktywna</p>
m. Leszno i powiat leszczyński		<p>Turystyka biznesowa (miasto Leszno)</p> <p>Turystyka kulturowa</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wielkopolska Droga św. Jakuba – Leszno, Rydzyna – imprezy i wydarzenia <p>Turystyka aktywna</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wielkopolski System Szlaków Rowerowych – szlak rowerowy R9 – konna – kajakowa <p>Turystyka wiejska</p>
Powiat międzychodzki	<p>Turystyka aktywna</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wielka Pętla Wielkopolski 	<p>Turystyka aktywna</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wielkopolski System Szlaków Rowerowych – szlak rowerowy R1 – wodna (Mała Pętla Wielkopolski) – szlaki piesze i rowerowe <p>Turystyka kulturowa</p> <ul style="list-style-type: none"> – Sieraków – Lubuska Droga św. Jakuba <p>Turystyka wiejska</p>
Powiat nowotomyski		<p>Turystyka kulturowa (Osadnictwo Olęderskie, centrum wikliny)</p> <p>Turystyka aktywna</p> <p>Turystyka tranzytowa (autostrada A2)</p>
Powiat obornicki	<p>Turystyka aktywna</p> <p>Wielka Pętla Wielkopolski</p>	<p>Turystyka aktywna</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wielkopolski System Szlaków Rowerowych – turystyka wodna (Mała Pętla Wielkopolski, rzeka Wełna) <p>Turystyka kulturowa</p> <ul style="list-style-type: none"> – Nadwarciańska Kolej Drezynowa – Lubuska Droga św. Jakuba – Szlak Romański – Muzeum Historii Młynarstwa w Jaraczu – pałac Objezierze

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

		Turystyka tranzytowa (skala krajowa przy drodze nr 11)
Powiat ostrowski		Turystyka aktywna – Wielkopolski System Szlaków Rowerowych Turystyka kulturowa – pałac w Antoninie – Szlak Cysterski – Szlak Bursztynowy Turystyka tranzytowa (skala krajowa przy drodze nr 11)
Powiat ostrzeszowski		Turystyka aktywna – Wielkopolski System Szlaków Rowerowych Turystyka kulturowa – Szlak Romański – Szlak Bursztynowy Turystyka tranzytowa (skala krajowa przy drodze nr 11)
Powiat pilski	Turystyka aktywna – Wielka Pętla Wielkopolski	Turystyka aktywna – Wielkopolski System Szlaków Rowerowych – szlak rowerowy R1 – szlaki kajakowe (szlak rzeką Gwdą, Łobżonką, szlak im. Jana Pawła II Rurzycą) Turystyka kulturowa (Wyrzyska Kolejka Powiatowa, Górka Klasztorna – Sanktuarium Matki Bożej na Krajnie, Skrzatusz – Sanktuarium Matki Bożej Bolesnej) Turystyka tranzytowa (skala krajowa przy drodze nr 11)
Powiat pleszewski		Turystyka aktywna – Wielkopolski System Szlaków Rowerowych Turystyka tranzytowa (skala krajowa przy drodze nr 11)
Powiat rawicki		Turystyka aktywna – Wielkopolski System Szlaków Rowerowych – szlak rowerowy R9 – jeździecka
Powiat słupecki	Turystyka aktywna – Wielka Pętla Wielkopolski Turystyka kulturowa – Szlak Piastowski	Turystyka kulturowa – Szlak Cysterski – Nadwarciańska Droga św. Jakuba Turystyka aktywna – Wielkopolski System Szlaków Rowerowych – żeglarstwo Turystyka wiejska
Powiat szamotulski	Turystyka aktywna – Wielka Pętla Wielkopolski	Turystyka aktywna – Wielkopolski System Szlaków Rowerowych Turystyka kulturowa – Nadwarciańska Kolej Drezynowa

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

		<ul style="list-style-type: none"> – Szamotuły, pałac Baborówko, Kobylniki – Lubuska Droga św. Jakuba
Powiat średzki	<p>Turystyka aktywna</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wielka Pętla Wielkopolski <p>Turystyka kulturowa</p> <ul style="list-style-type: none"> – Szlak Piastowski 	<p>Turystyka kulturowa</p> <ul style="list-style-type: none"> – Nadwarciańska Droga św. Jakuba – Szlak Romański – Koszuty – Średzka Kolej Powiatowa <p>Turystyka aktywna</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wielkopolski System Szlaków Rowerowych <p>Turystyka tranzytowa (skala krajowa przy drodze nr 11)</p>
Powiat śremski	<p>Turystyka aktywna</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wielka Pętla Wielkopolski 	<p>Turystyka aktywna</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wielkopolski System Szlaków Rowerowych <p>Turystyka kulturowa</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wielkopolska i Nadwarciańska Droga św. Jakuba
Powiat turecki		<p>Turystyka kulturowa (J. Mehoffer)</p> <p>Turystyka aktywna</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wielkopolski System Szlaków Rowerowych
Powiat wągrowiecki	<p>Turystyka kulturowa</p> <ul style="list-style-type: none"> – Szlak Piastowski 	<p>Turystyka aktywna</p> <ul style="list-style-type: none"> – turystyka kajakowa (rzeka Wełna) <p>Turystyka kulturowa (kościół drewniane, Szlak Cysterski, Szlak Romański)</p>
Powiat wolsztyński		<p>Turystyka kulturowa (Parowozownia Wolsztyn, Szlak Cysterski)</p> <p>Turystyka aktywna</p> <ul style="list-style-type: none"> – kajakowa (Konwaliowy Szlak Kajakowy) – rowerowa <p>Turystyka wiejska</p>
Powiat wrzesiński	<p>Turystyka aktywna</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wielka Pętla Wielkopolski <p>Turystyka kulturowa</p> <ul style="list-style-type: none"> – Szlak Piastowski 	<p>Turystyka aktywna</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wielkopolski System Szlaków Rowerowych <p>Turystyka kulturowa</p> <ul style="list-style-type: none"> – Nadwarciańska Droga św. Jakuba <p>Turystyka tranzytowa (autostrada A2)</p>
Powiat złotowski		<p>Turystyka aktywna</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wielkopolski System Szlaków Rowerowych – turystyka kajakowa (szlak rzeką Gwdą, Łobżonką, szlak rzeką Płynnicą, Szlak im. Jana Pawła II Rurzycą) <p>Turystyka tranzytowa (skala krajowa przy drodze nr 11)</p> <p>Turystyka wiejska</p>

Jak wynika z powyższej tabeli do **markowych** produktów turystycznych Wielkopolski, kierowanych do turystów międzynarodowych i krajowych, zaliczono następujące:

- Szlak Piastowski – produkt turystyki kulturowej, oparty przede wszystkim o walory historyczne Poznania, Ostrowa Lednickiego i Gniezna,
- Wielką Pętlę Wielkopolski – produkt turystyki aktywnej, o charakterze specjalistycznym (turystyka wodna),
- Poznań jako centrum turystyki kulturowej z obiektami i imprezami turystyki kulturowej,
- turystyka biznesowa w Wielkopolsce z Poznaniem jako centrum turystyki biznesowej.

Do produktów regionalnych zaliczają się:

- Turystyka kolejowa w Wielkopolsce z Parowozownią Wolsztyn – produkt turystyki kulturowej - specjalistycznej,
- Wielkopolski System Szlaków Rowerowych wraz ze szlakami rowerowymi R1 i R9 - produkty turystyki aktywnej,
- Turystyka kulturowa (szlaki turystyki kulturowej, turystyka religijna i pątnicza w Wielkopolsce),
- Turystyka wiejska i na obszarach cennych przyrodniczo.

Spośród produktów uzupełniających wymienić należy:

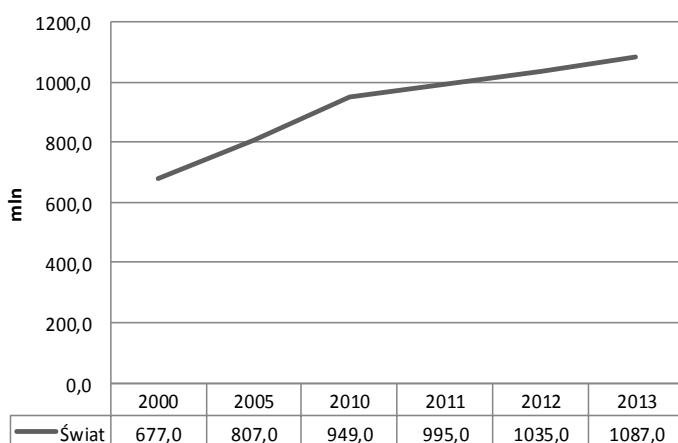
- Turystyka przemysłowa i poprzemysłowa - Kłodawska Podziemna Trasa Turystyczna w Kopalni Soli "KŁODAWA",
- Turystyka kulturowa w oparciu o ofertę wielkopolskich miast i obszarów cennych kulturowo (obiekty zabytkowe, cykliczne imprezy kulturalne),
- Turystyka aktywna w Wielkopolsce (kajakowa, piesza, rowerowa, konna),
- Turystyka w oparciu o imprezy i wydarzenia sportowe na terenie Wielkopolski o randze krajowej i międzynarodowej,
- Turystyka tranzytowa.

Dodatkowo we wszystkich powiatach województwa zidentyfikowano liczne lokalne produkty turystyczne, których oferta kierowana jest przede wszystkim do mieszkańców Wielkopolski oraz województw sąsiadujących. Przy skutecznej, innowacyjnej promocji tych produktów mają one szansę uzyskać w przyszłości miano regionalnych lub markowych produktów województwa wielkopolskiego.

4 Turystyka wielkopolska w świetle krajowych, europejskich i światowych trendów rozwojowych

4.1 Kierunki rozwojowe turystyki polskiej w świetle statystyki publicznej oraz programów i strategii krajowych

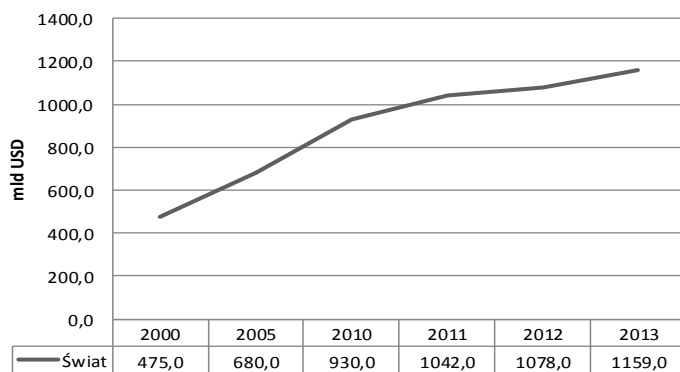
Międzynarodowy ruch turystyczny w skali świata systematycznie wzrasta (ryc. 24). W ujęciu globalnym w 2013 r. liczba przyjazdów turystów zagranicznych była większa o 5% (52 mln) w porównaniu z rokiem 2012 i osiągnęła wartość 1,087 mld (*World Tourism Barometer*, vol 12, April 2014).



Ryc. 24 Liczba przyjazdów turystów zagranicznych w skali świata.

Źródło: World Tourism Barometer and Statistical Annex, April 2014, UNWTO.

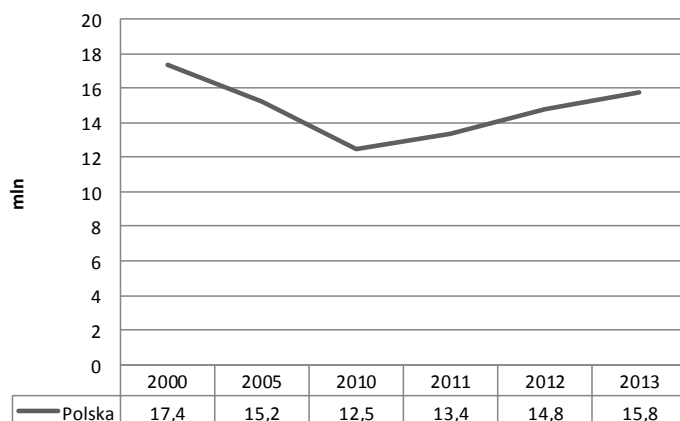
Łączne **przychody generowane przez turystykę międzynarodową** w 2013 r. osiągnęły 1,4 biliona USD. Wpływy uzyskane przez kraje przyjmujące turystów zagranicznych wzrosły o 5% i osiągnęły 1,16 biliona USD czyli 873 mld EUR (ryc. 25), natomiast 218 mld USD wpływów wygenerował międzynarodowy ruch pasażerski. Wśród rynków źródłowych Rosja i Chiny odnotowały najwyższy wzrost wydatków na podróże zagraniczne – o 28%. Chiny, które zajęły pierwszą pozycję w kategorii turystycznych rynków źródłowych na świecie (102 mld USD w pierwszych trzech kwartałach), kontynuowały szybką ekspansję, odnotowując wzrost wydatków na turystykę wyjazdową o 22% (*Zagraniczna turystyka przyjazdowa do Polski w 2013 r.*, 2014).



Ryc. 25 Wpływy z zagranicznej turystyki przyjazdowej w skali świata

Źródło: World Tourism Barometer and Statistical Annex, April 2014, UNWTO.

Polska należy do 20 państw o największej liczbie przyjazdów turystów zagranicznych W 2013 r. uplasowała się na 18. pozycji w skali świata. Analiza dynamiki przyjazdów turystów zagranicznych do Polski, pozwala stwierdzić, że po wyraźnym spadku liczby przyjazdów w okresie 2000 – 2010, następuje jej systematyczny wzrost (ryc. 26). W 2013 r. wartość ta wynosiła 15,8 mln (wzrost o 6,8% w stosunku do 2012 r.).

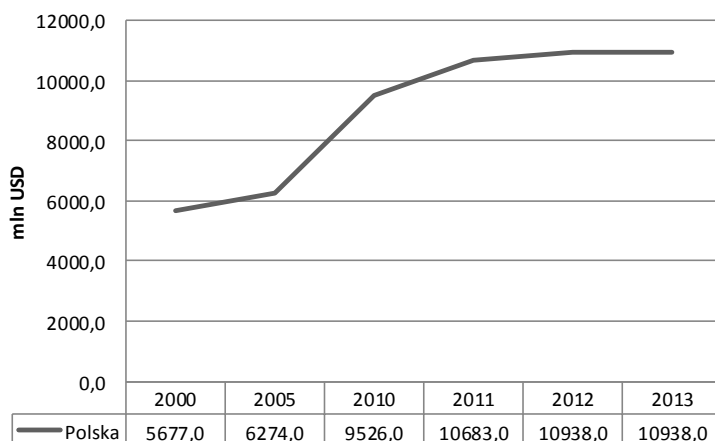


Ryc. 26 Liczba przyjazdów turystów zagranicznych do Polski

Źródło: World Tourism Barometer and Statistical Annex, April 2014, UNWTO.

Niestety, Polska nie zalicza się do czołówki 20 państw o największych wpływach z turystyki w skali świata, jednak tendencje dotyczące wpływów z przyjazdów turystów zagranicznych wykazują na wzrost wartości w okresie 2000-2012 i stabilizację w 2013 r. (ryc. 27).

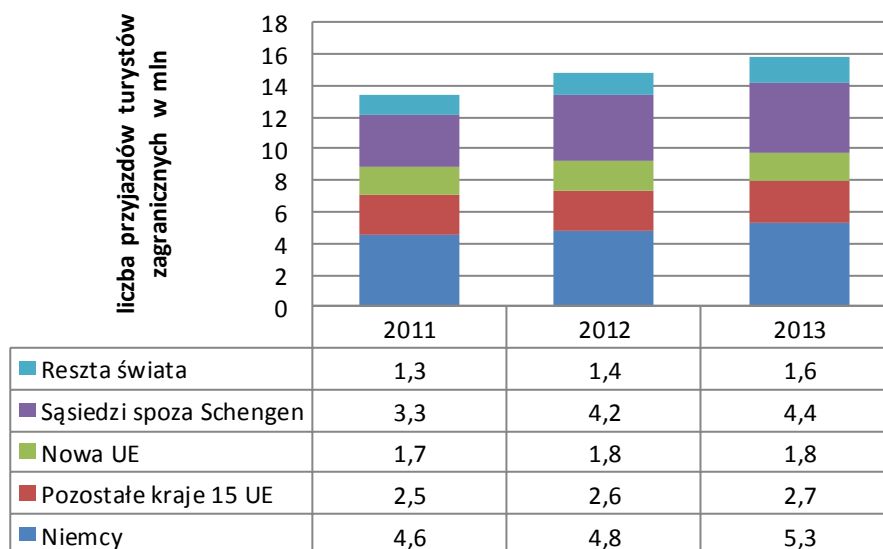
Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim



Ryc. 27 Wpływy z turystyki przyjazdowej w Polsce

Źródło: World Tourism Barometer and Statistical Annex, April 2014, UNWTO.

W **strukturze zagranicznego ruchu turystycznego w Polsce** (ryc. 28) niezmiennie od lat dominują Niemcy (5,3 mln przyjazdów w 2013 r.). Znaczną grupę turystów stanowią także odwiedzający zza wschodniej granicy (4,4 mln w 2013 r.). Trzecia pod względem liczebności grupa obejmuje turystów z krajów „starej” UE, poza Niemcami (2,7 mln przyjazdów w 2013 r.).



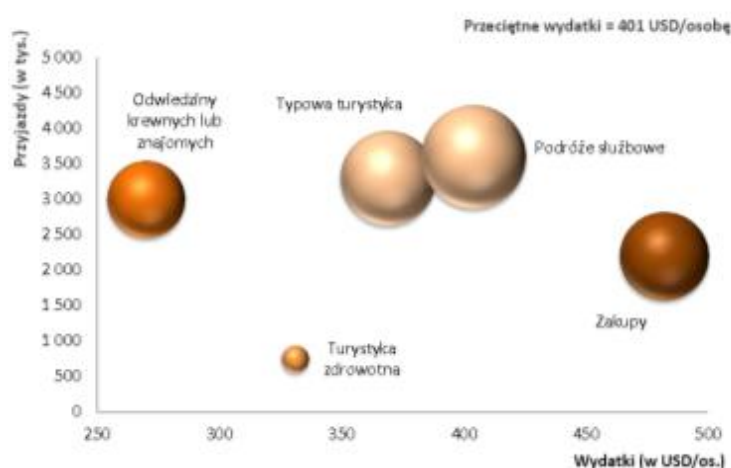
Ryc. 28 Liczba przyjazdów turystów zagranicznych do Polski wg głównych obszarów generujących ruch turystyczny

Źródło: badania i oszacowania Activ Group (2013) oraz konsorcjum firm: Activ Group i Instytut Turystyki (2012, 2011), za: *Zagraniczna turystyka przyjazdowa do Polski w 2013 r.*, 2014.

Niemcy tworzą odrębny segment (1/3 całego zagranicznego rynku turystycznego w Polsce) charakteryzujący się najwyższą frekwencją wizyt turystów, pomimo przeciętnych wydatków pozostających poniżej średniej. Drugi w kolejności segment stanowią wschodni sąsiedzi Polski – z takich państw jak Ukraina, Rosja i Białoruś (około 42% rynku). W 2013 roku wygenerował on

najwyższe przyrosty procentowe, głównie za sprawą Rosjan, którzy znacznie liczniej, niż w 2012 roku, odwiedzali Polskę pozostawiając w naszym kraju więcej pieniędzy (szczególnie na zakupy), ale też w wyniku zwiększonych wydatków całej grupy (*Zagraniczna turystyka przyjazdowa do Polski w 2013 r., 2014*).

Wśród **motywów przyjazdów turystów do Polski** w latach 2011-2013 dominowały podróże służbowe, związane z interesami, na drugim miejscu plasowały się cele związane z turystyką i wypoczynkiem, a następnie z chęcią odwiedzenia rodziny i znajomych, zrobienia zakupów, ponadto podróże tranzytowe. Pod względem długości pobytu największy udział w ogóle przyjazdów miały podróże krótkoterminowe od 1 do 3 noclegów (65% w latach 2011 i 2012 oraz 57% w 2013 r.), następnie od 4 do 7 noclegów (25% w 2011 r. i 27 w 2012 oraz w 2013 r.). W przypadku podróży długoterminowych w latach 2011-2013 nastąpił wzrost z 10% do 15 % ogółu przyjazdów, przy czym w ostatnich trzech latach, pod względem sposobu organizacji wyjazdu, przeważały (70-66% przyjazdów) podróże samodzielne (*Zagraniczna turystyka przyjazdowa do Polski w 2013 r., 2014*).

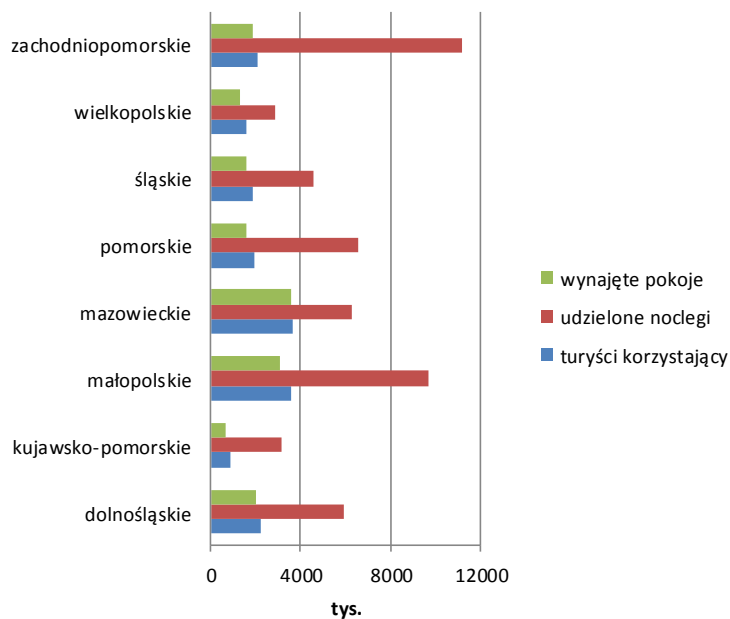


Ryc. 29 Znaczenie najważniejszych segmentów rynku turystyki przyjazdowej do Polski

Źródło: oszacowania na podstawie badań Activ Group. *Zagraniczna turystyka przyjazdowa do Polski w 2013 r., 2014*

W turystyce zagranicznej przyjazdowej w Polsce największe znaczenie mają segmenty rynku związane z podróżami służbowymi, celami typowo turystycznymi, odwiedzinami krewnych i znajomych oraz przyjazdy w celach zakupów (ryc. 29). Natomiast do najpopularniejszych form zakwaterowania turystów zagranicznych w Polsce należą hotele, motele i itp. oraz noclegi u rodziny i znajomych (ryc. 30).

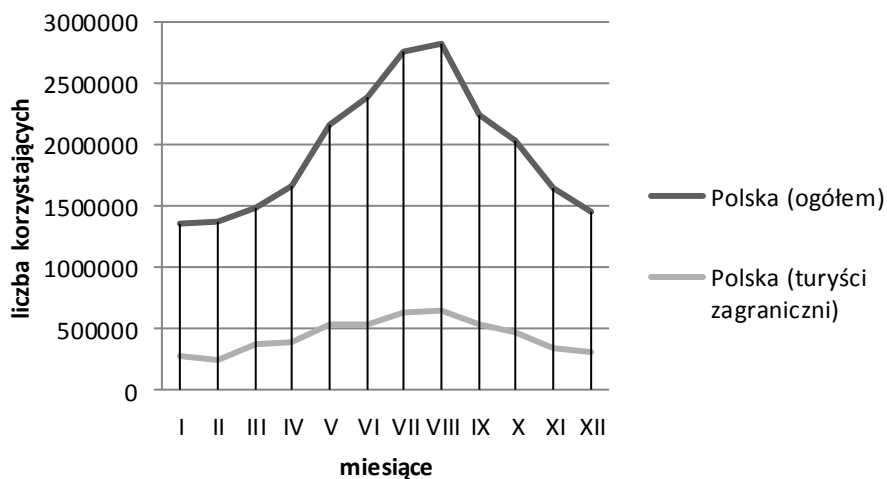
Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim



Ryc. 33 Wykorzystanie turystycznych obiektów noclegowych w 2013 r. wg województw

Źródło: *Turystyka w 2013 r.*, GUS, 2014.

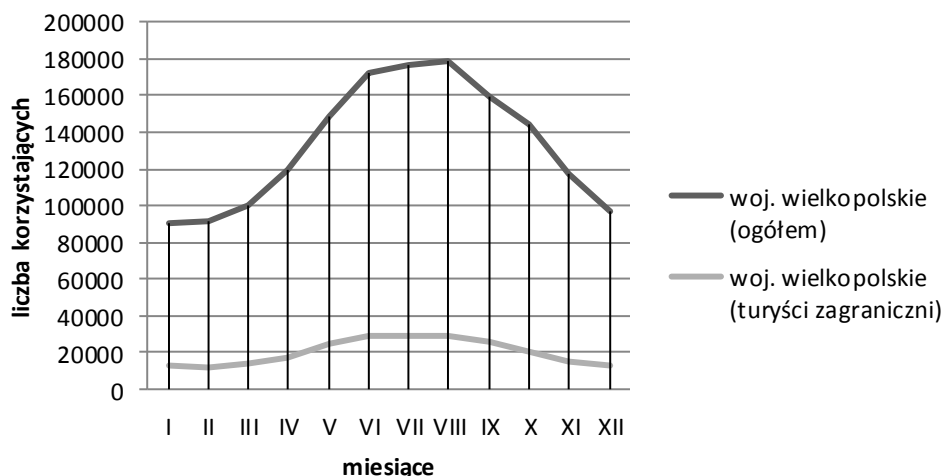
Sezonowość ruchu turystycznego zarówno w Polsce (ryc. 34), jak i w Wielkopolsce (ryc. 35) w większym stopniu widoczna jest w przyjazdach turystów krajowych niż zagranicznych. Ponadto w woj. wielkopolskim kumulacja przyjazdów turystów krajowych w miesiącach letnich lipiec-sierpień nie jest tak duża, jak w skali kraju.



Ryc. 34 Turyści korzystający z turystycznych obiektów noclegowych w Polsce wg miesięcy w 2013 r.

Źródło: *Turystyka w 2013 r.*, GUS, 2014.

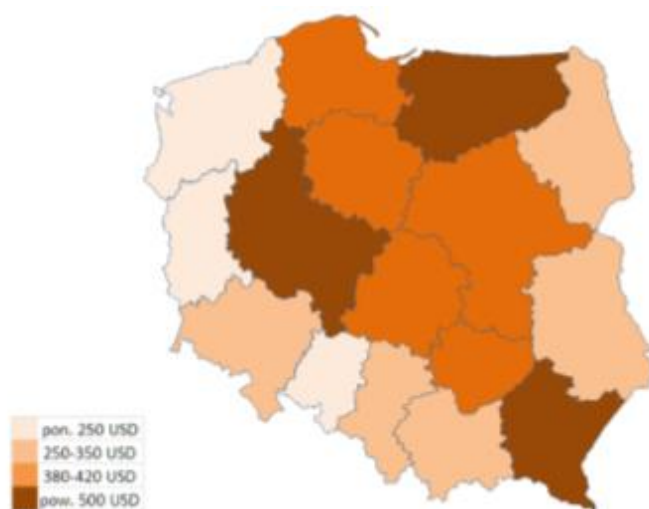
Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim



Ryc. 35 Turyści korzystający z turystycznych obiektów noclegowych w woj. wlkp. wg miesiący w 2013 r.

Źródło: *Turystyka w 2013 r.*, GUS, 2014.

Przeciętne wydatki turystów zagranicznych w przeliczeniu na jednego turystę w poszczególnych województwach były zróżnicowane (ryc. 36). Na tym tle pozytywnie wyróżnia się Wielopolska (wpływy te w 2013 r. przekraczały 500 USD).



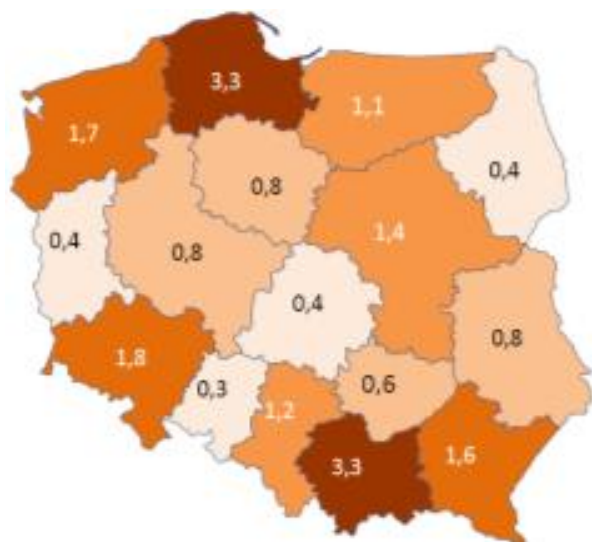
Ryc. 36 Przeciętne wydatki turystów zagranicznych w 2013 r. wg odwiedzanych województw

Źródło: oszacowania na podstawie badań Activ Group. *Zagraniczna turystyka przyjazdowa do Polski w 2013 r.* 2014

Rozmieszczenie terytorialne turystyki przyjazdowej do Polski od lat nie podlega istotnym zmianom pod względem odwiedzanych województw. Do najczęściej odwiedzanych należą: mazowieckie (2,0 mln), małopolskie (1,9 mln), zachodniopomorskie (1,4 mln), dolnośląskie (1,3 mln),

wielkopolskie (0,9 mln), pomorskie i lubelskie (po 0,9 mln)⁷⁸. Nie zmieniła się charakterystyczna cecha turystyki przyjazdowej do Polski, polegająca na znacznym odsetku wielokrotnych wizyt. Około 31% badanych odwiedziło Polskę jedynie raz w ciągu 12 miesięcy. Szacuje się także, że 34% spośród nich było u nas pięć lub więcej razy. W przypadku sąsiadów ze wschodu odsetek ten wyniósł aż 69% (*Zagraniczna turystyka przyjazdowa do Polski w 2013 r.*, 2014).

Aktywność turystyczna Polaków w roku 2013 roku była o 9% (o 1,5 mln) wyższa niż w 2012 roku. Obserwowany jest wzrost poziomu uczestnictwa w wyjazdach długookresowych (na 5 i więcej dni) zarówno krajowych (+11%), jak i zagranicznych (+7%). Uczestnictwo w wyjazdach krótkookresowych, niezależnie od miejsca docelowego podróży, pozostało na zbliżonym poziomie. Liczba podróży zagranicznych wzrosła o 6%. (*Podróże Polaków w 2013 r.*, Ministerstwo Sportu i Turystyki, 2014).



Ryc. 37 Natężenie krajowego ruchu turystycznego w 2013 r. wg województw i liczby podróży długookresowych (w mln)

Źródło: Badania Activ Group, 2013, *Podróże Polaków w 2013 r.*, MSiT, 2014.

⁷⁸ Odpowiedź Ministra Sportu i Turystyki na interpelację nr 8570 w sprawie sytuacji polskiej turystyki <http://www.sejm.gov.pl/Sejm7>. [dostęp: 5.09.2014].



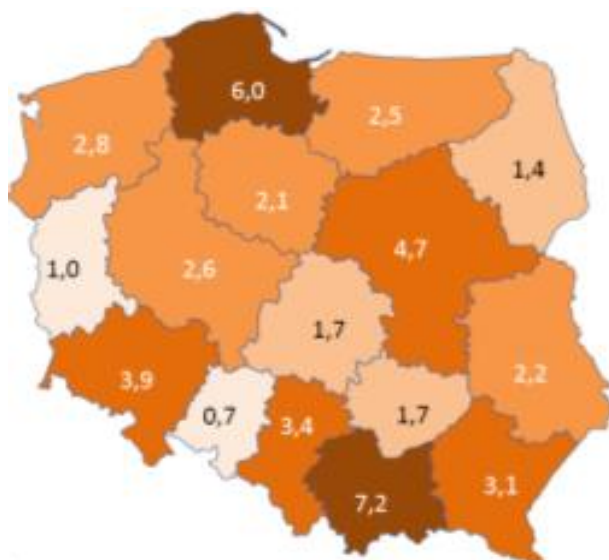
Ryc. 38 Natężenie krajowego ruchu turystycznego w 2013 r. wg województw i liczby podróży krótkookresowych (w mln)

Źródło: Badania Activ Group, 2013, *Podróże Polaków w 2013 r.*, MSiT, 2014.

Miejsca docelowe podróży turystycznych wskazują, że do najpopularniejszych należą takie województwa jak: woj. małopolskie, pomorskie, dolnośląskie, a w przypadku podróży krótkookresowych także mazowieckie (ryc. 37, ryc. 38, ryc. 39).

Znaczna część Polaków (54%) w 2013 r. twierdziła, że nie wyjeżdżała w celach turystycznych na co najmniej 2 dni (*Wyjazdy wypoczynkowe Polaków w 2013 r. i plany na rok 2014*, CBOS, 2014). W ubiegłym roku, podobnie jak w latach poprzednich, Polacy najczęściej wypoczywali w kraju (39% ogółu, 85% wyjeżdżających w celach wypoczynkowych). Za granicą wypoczywało 15% ogółu Polaków, co stanowi jedną trzecią wyjeżdżających w celach wypoczynkowych na co najmniej dwa dni.

Najwięcej Polaków wybierających wypoczynek w kraju spędziło urlop w województwie małopolskim (26% wypoczywających w kraju), pomorskim (19%), zachodniopomorskim (17%), dolnośląskim (12%), warmińsko-mazurskim (12%), śląskim (10%). Większość respondentów wyjeżdżających za granicę w celach wypoczynkowych lub turystycznych wybierała kierunki europejskie. Najwięcej osób odwiedziło Niemcy (19% wyjeżdżających w celach turystyczno-wypoczynkowych). W rankingu najpopularniejszych kierunków wyjazdów zagranicznych w ostatnim roku znacząco awansowała Turcja, a także – w mniejszym stopniu – Węgry (*Wyjazdy wypoczynkowe Polaków w 2013 r. i plany na rok 2014*, CBOS, 2014).



Ryc. 39 Natężenie krajowego ruchu turystycznego w 2013 r. wg województw i liczby krajowych podróży turystycznych ogółem (w mln)

Źródło: Badania Activ Group, 2013, *Podróże Polaków w 2013 r.*, MSiT, 2014.

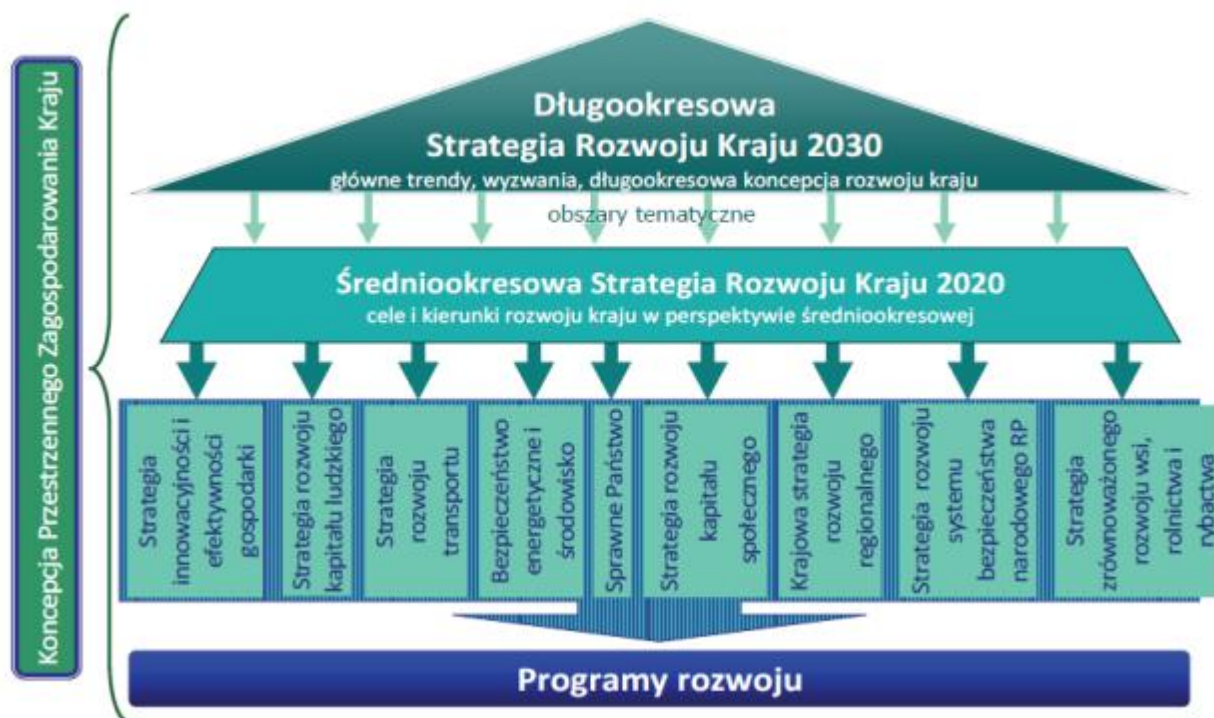
Do przyczyn braku uczestnictwa Polaków w wyjazdach turystycznych należą głównie takie jak: brak środków finansowych (w tym konieczność przeznaczenia w danym roku pieniędzy na inne wydatki), brak zainteresowania określonym typem wyjazdów, zły stan zdrowia, przeznaczenie czasu wolnego na prace domowe, konieczność zajmowania się własną firmą lub gospodarstwem rolnym. Inne, wskazywane przyczyny to: brak urlopu, oddelegowania służbowe, wykorzystanie urlopu na pracę zarobkową, obowiązki rodzinne oraz niechęć do dalszych wyjazdów (*Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych, 2005, 2009, GUS*).

Kierunki rozwojowe turystyki polskiej w świetle programów i strategii krajowych

Zasadniczymi dokumentami określającymi kierunki rozwoju społeczno-gospodarczego Polski (zgodnie z przepisami ustawy o zasadach prowadzenia polityki rozwoju z dnia 6 grudnia 2006 roku) są:

- *Długookresowa Strategia Rozwoju Kraju – Polska 2030. Trzecia fala nowoczesności*, przyjęta przez Radę Ministrów w dniu 5 lutego 2013 r.; dokument ten stanowi najszerzy, najbardziej ogólny zarys rozwoju społeczno-gospodarczego kraju, a jego uzupełnieniem jest *Koncepcja Przestrzennego Zagospodarowania Kraju* (przyjęta przez Radę Ministrów 16 marca 2012r.),
- *Strategia Rozwoju Kraju 2020. Aktywne społeczeństwo. Konkurencyjna gospodarka. Sprawne państwo*, przyjęta przez Radę Ministrów w dniu 25 września 2012 r. (dokument stanowiący aktualizację Strategii Rozwoju Kraju 2007-2015),

- inne strategie, określające uwarunkowania, cele i kierunki rozwoju w obszarach wskazanych w Strategii Rozwoju Kraju 2020, odnoszące się do rozwoju regionów, sektorów lub dziedzin (tzw. strategie zintegrowane w liczbie 9) (ryc. 40).



Ryc. 40 Układ dokumentów strategicznych

Źródło: Strategia Rozwoju Kraju 2020. Aktywne społeczeństwo. Konkurencyjna gospodarka. Sprawne państwo, s.6

Z punktu widzenia rozwoju szeroko rozumianego sektora czasu wolnego (w tym turystyki, rekreacji, sportu i kultury) najważniejszymi dokumentami są:

- Długookresowa Strategia Rozwoju Kraju - Polska 2030. Trzecia fala nowoczesności (DSRK), przyjęta przez Radę Ministrów w dniu 15 stycznia 2013 r.,
- Strategia Rozwoju Kraju 2020. Aktywne społeczeństwo, konkurencyjna gospodarka, sprawne państwo (SRK), przyjęta przez Radę Ministrów w dniu 25 września 2012 r.,
- oraz 6 strategii zintegrowanych⁷⁹:

1. **Strategia Innowacyjności i Efektywności Gospodarki „Dynamiczna Polska 2020” (SIEG)**, przyjęta przez Radę Ministrów w dniu 15 stycznia 2013 r. wraz z **Programem Rozwoju Przedsiębiorstw do 2020 roku (PRP)**, przyjętym przez Radę Ministrów w dniu 8 kwietnia

⁷⁹ Strategia Rozwoju Kraju 2020 stanowi bazę dla 9 strategii zintegrowanych, pozostałe trzy strategie tj: Bezpieczeństwo energetyczne i środowisko, Sprawne państwo oraz Strategia rozwoju systemu bezpieczeństwa narodowego RP mają mniejsze znaczenie dla rozwoju sektora usług czasu wolnego.

- 2014 r. i **Programem Rozwoju Turystyki do 2020 (PRT)** (dokument w fazie projektu z dnia 25 czerwca 2014 r.),
2. Krajowa Strategia Rozwoju Regionalnego 2010 – 2020: Regiony, Miasta, Obszary Wiejskie (KSRR), przyjęta przez Radę Ministrów w dniu 13 lipca 2010 r.,
 3. **Strategia Rozwoju Kapitału Społecznego 2020 (SRKS)**, przyjęta przez Radę Ministrów w dniu 26 marca 2013 r.,
 4. **Strategia Rozwoju Kapitału Ludzkiego 2020 (SRKL)**, przyjęta przez Radę Ministrów w dniu 18 czerwca 2013 r.,
 5. Strategia Zrównoważonego Rozwoju Wsi, Rolnictwa i Rybactwa na lata 2012 – 2020 (SZRWRiR), przyjęta przez Radę Ministrów w dniu 25 kwietnia 2012 r.,
 6. **Strategia Rozwoju Transportu do 2020 roku (SRT)** przyjęta przez Radę Ministrów w dniu 22 stycznia 2013 r.,
- **Marketingowa Strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020**, przyjęta przez Radę Polskiej Organizacji Turystycznej w dniu 28 listopada 2011 r.

Długookresowa Strategia Rozwoju Kraju – Polska 2030 jest dokumentem określającym główne trendy, wyzwania i scenariusze rozwoju społeczno-gospodarczego kraju oraz kierunki przestrzennego zagospodarowania kraju, z uwzględnieniem zasady zrównoważonego rozwoju w perspektywie ponad 25 lat.

Turystyka jest w dokumencie wymieniana kilkakrotnie, przede wszystkim jako element zwiększający atrakcyjność obszarów miejskich i wiejskich, sektor tworzący nowe miejsca pracy oraz źródło dochodów dla słabiej rozwiniętych regionów kraju. W dokumencie zwrócono także uwagę na konieczność wprowadzenia instrumentów polityki publicznej integrujących działania w sektorze turystyki.

Strategia Rozwoju Kraju 2020 jest dokumentem określającym strategiczne zadania państwa w średnim horyzoncie czasowym.

W dokumencie tym kwestie bezpośrednio dotyczące rozwoju turystyki zawarte są w Obszarze Strategicznym **Konkurencyjna gospodarka** (cele 2, 3 i 7) oraz w Obszarze Strategicznym **Spójność społeczna i terytorialna** (cel 3). Przewidywane w tym zakresie działania koncentrują się na rozwoju: przemysłu czasu wolnego, turystyki morskiej, turystycznej funkcji miast oraz obszarów wiejskich poprzez turystykę.

Strategia Innowacyjności i Efektywności Gospodarki „Dynamiczna Polska 2020” (SIEG) jest jedną z dziewięciu strategii zintegrowanych, które realizują zapisy średniookresowej Strategii Rozwoju Kraju 2020. Turystyka jest w dokumencie wskazywana jako jeden z sektorów o wysokim potencjale rozwoju (innowacyjność, kreatywność), istotnie oddziałującym na rozwój polskiej

gospodarki, promocję Polski na arenie międzynarodowej i pozyskiwanie zagranicznych inwestorów. Skuteczność tego oddziaływania wymaga jednak uspołnienia działań w obszarze promocji gospodarki z działaniami z zakresu kultury, turystyki i sportu, koordynacji prac i działań ministerstw oraz samorządów i instytucji regionalnych. Programem wykonawczym do SIEG jest **Program Rozwoju Przedsiębiorstw do 2020 r. (PRP)**, skupiający się na działaniach wspierających rozwój przedsiębiorstw, ze szczególnym uwzględnieniem ich innowacyjności; w dokumencie tym nie wyodrębniono w szczególny sposób działań na rzecz przedsiębiorstw turystycznych.

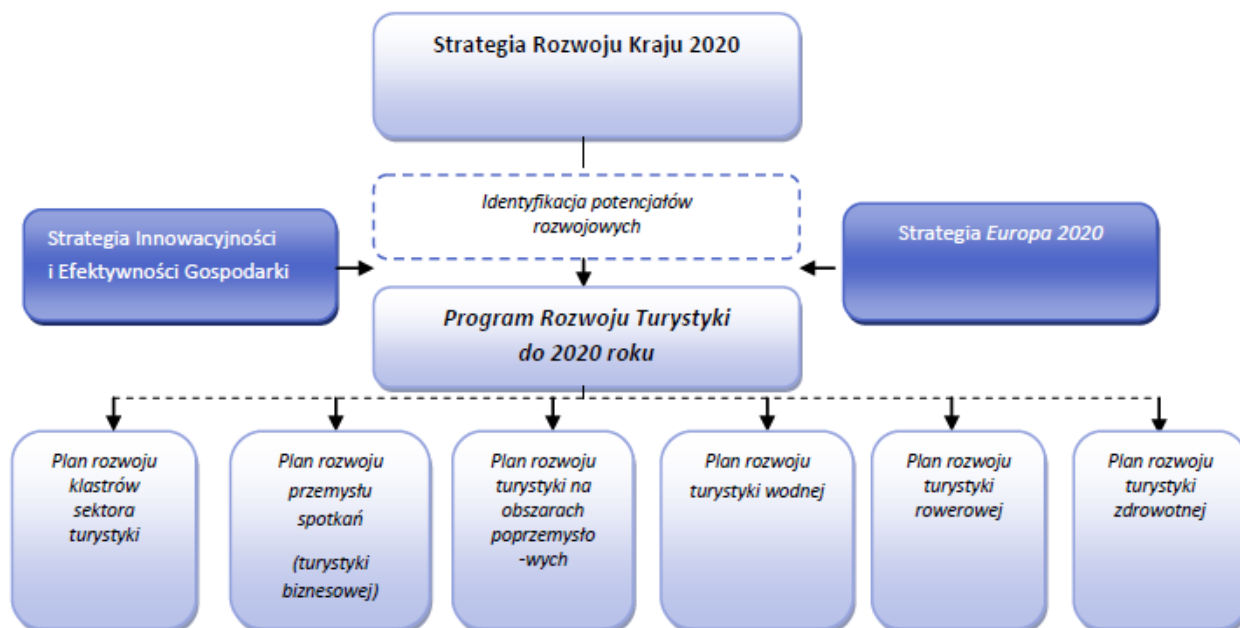
Program Rozwoju Turystyki do 2020 (PRT) jest również programem wykonawczym do SIEG i jednocześnie zasadniczym sektorowym dokumentem strategicznym, charakteryzującym plany i działania, jakie będą podejmowane w zakresie turystyki przez administrację rządową. Celem głównym Programu jest **wzmocnienie rozwoju konkurencyjnej i innowacyjnej turystyki poprzez wspieranie przedsiębiorstw, organizacji i instytucji oraz inicjatyw sektora turystyki**. Cel ten realizowany będzie poprzez 4 cele operacyjne:

Cel operacyjny 1: Rozwój innowacyjności, atrakcyjności, jakości usług i produktów turystycznych, jako czynnika konkurencyjnej gospodarki.

Cel operacyjny 2: Wzmocnienie aktywności społecznej i przedsiębiorczości w sektorze gospodarki turystycznej oraz zwiększenie kompetencji kadr.

Cel operacyjny 3: Promocja markowych produktów turystycznych kraju i regionów oraz specjalizacji gospodarczych opartych na turystyce.

Cel operacyjny 4: Zagospodarowanie i modernizacja przestrzeni dla rozwoju turystyki i infrastruktury rozwoju turystycznego przy zachowaniu ochrony środowiska i zastosowaniu ekoinnowacyjnych technologii.



Ryc. 41 Schemat powiązań PRT do 2020 roku

Źródło: Program Rozwoju Turystyki do 2020 roku, s.38

Tab. 49 Zadania realizowane w ramach poszczególnych celów operacyjnych oraz ich koordynacja i źródła finansowania

CEL	ZADANIA	KOORDYNATOR	ŹRÓDŁA FINANSOWANIA
1	<p>1.1. Wspieranie innowacji i ekoinnowacji w turystyce i usługach turystycznych.</p> <p>1.2. Rozwój nowoczesnych instrumentów finansowania turystyki i innowacyjnych przedsiębiorstw sektora turystycznego.</p> <p>1.3. Wykorzystanie wyników B+R na bazie Obserwatorium Turystyki w rozwoju innowacyjnych produktów turystyki i stymulowaniu międzysektorowej współpracy na rzecz rozwoju gospodarki turystycznej oraz B+R dla sektora turystyki.</p> <p>1.4. Wykorzystanie praw ochrony własności intelektualnej dla rozwiązań w sektorze turystyki i tworzenia innowacyjnych produktów w turystyce.</p> <p>1.5. Budowa sprawności regulacyjnej i instytucjonalnej oraz administracyjnej dla rozwoju turystyki, w tym wsparcia merytorycznego dla przedsiębiorców i stowarzyszeń sektora turystycznego (Regionalnych Organizacji Turystycznych - ROT, Lokalnych Organizacji Turystycznych - LOT).</p>	<p>Ministerstwo Sportu i Turystyki, Departament Turystyki w formie realizacji funkcji Krajowego Centrum Zarządzania Turystyką (KCZT) oraz Obserwatorium Turystyki (Polska Organizacja Turystyczna - POT)</p>	<p>budżet państwa budżety JST PO Inteligentny Rozwój RPO PO Polska Wschodnia Programy międzyregionalne i transgraniczne np. BSR Program Rozwoju Obszarów Wiejskich (Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego Obszarów Wiejskich) Programy UE ramowe Badań i Wdrożeń <i>Horizont 2020</i> Program ramowy UE CIP / COSME Programy badawcze NCBiR Instrumenty zwrotne i kapitałowe nowego okresu np. KFT PPP Fundusze kapitałowe typu Venture Capital Sieci Business Angels spółki celowe (SPV) Subfundusze regionalne, np. Baltic Investment Fund (BIF)</p>
2	<p>2.1. Wspieranie klasteringu w turystyce i promocja współpracy oraz powiązań kooperacyjnych i partnerstw z udziałem organizacji turystycznych dla rozwoju turystyki w regionach i kraju.</p> <p>2.2. Rozwój i wdrażanie systemów certyfikacji i zarządzania w sektorze gospodarki turystycznej.</p> <p>2.3. Włączenie społeczności lokalnych i regionalnych w budowę produktów i usług regionalnej gospodarki turystycznej.</p> <p>2.4. Rozwój edukacji dla turystyki oraz kształcenia kadr przy</p>	<p>Polska Organizacja Turystyczna (POT) przy współpracy regionalnych organizacji turystycznych oraz Ministerstwa Sportu i Turystyki, Departamentu Turystyki</p>	<p>Budżet państwa, budżety JST PO Wiedza Edukacja Rozwój RPO Europejska Współpraca Terytorialna PO Polska Wschodnia Europejski Funduszu Rozwoju Regionalnego Obszarów Wiejskich PO PC</p>

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

	<p>udziale partnerów sektorowych, organizacji turystycznych, ROT oraz LOT i przedsiębiorców sektora turystycznego.</p> <p>2.5. Opracowanie i wdrażanie Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji w turystyce.</p> <p>2.6. Wspieranie rozwoju turystyki społecznej</p>	<p>Ministerstwo Sportu i Turystyki, Departament Turystyki w formie Krajowego Centrum Zarządzania Turystyką (KCZT)</p>	
3	<p>3.1. Promocja regionalnych produktów turystycznych i specjalizacji regionalnych w turystyce.</p> <p>3.2. Budowa narzędzi i instrumentów e-systemów informacji i usług w sektorze turystyki oraz nowoczesnych systemów gospodarki elektronicznej dla potrzeb rozwoju turystyki.</p> <p>3.3. Rozwój zróżnicowanych instrumentów wsparcia promocji i eksportu usług oraz produktów przedsiębiorczości sektora turystycznego i sektorów powiązanych z rozwojem turystyki.</p> <p>3.4. Wsparcie promocji gospodarki turystycznej i inicjatyw związanych z rozwojem turystyki m.in. na bazie kultury i rekreacji</p>	<p>Polska Organizacja Turystyczna</p>	<p>Budżet państwa, budżety JST PO Inteligentny Rozwój (POIR) PO Polska Cyfrowa (POPC) PO Polska Wschodnia PROW</p>
4	<p>4.1. Wsparcie inwestycji turystycznych w ramach programów rewitalizacji, rozwoju miast i obszarów wiejskich oraz tworzenie nowych usług.</p> <p>4.2. Wsparcie działań na rzecz rozbudowy infrastruktury turystycznej, w szczególności rowerowej i wodnej.</p>	<p>Ministerstwo Sportu i Turystyki, Departament Turystyki, m.in. w formie realizacji funkcji Centrum Partnerstwa Publiczno-Prywatnego Turystyki</p>	<p>Budżet państwa Inicjatywy UE JEREMIE, JESSICA ZIT Polityka Terytorialna RPO Program rewitalizacji miast RPO Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko (POIŚ) VI OŚ priorytetowa POIŚ Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej i WFOŚiGW PROW PO Polska Wschodnia</p>

Źródło: na podstawie Programu Rozwoju Turystyki do 2020, s.32-34, 70-73

Wśród wskazanych w programie źródeł finansowania ujęto m.in. Fundusz Rozwoju Turystyki (FRT), będący nowo planowanym instrumentem wsparcia przedsiębiorstw, utworzonym np. ze środków UE z programów operacyjnych na poziomie regionalnym, czy też będących w dyspozycji Banku Gospodarstwa Krajowego.

Krajowa Strategia Rozwoju Regionalnego 2010-2020: Regiony, Miasta, Obszary wiejskie (KSRR) jest średniookresowym dokumentem strategicznym, odnoszącym się do prowadzenia polityki rozwoju społeczno-gospodarczego kraju w ujęciu wojewódzkim. KSRR ustala trzy cele szczegółowe do 2020 roku jako:

- Wspomaganie wzrostu konkurencyjności regionów,
- Budowanie spójności terytorialnej i przeciwdziałanie procesom marginalizacji na obszarach problemowych,
- Tworzenie warunków dla skutecznej, efektywnej i partnerskiej realizacji działań rozwojowych ukierunkowanych terytorialnie.

KSRR zakłada szerokie wsparcie rozwoju turystyki w regionach, zarówno w ramach celu nr 1, jak i nr 2. Wskaźnikami monitorowania realizacji działań w zakresie turystyki będzie liczba turystów zagranicznych korzystających z noclegów w turystycznych obiektach zbiorowego zakwaterowania oraz liczba miejsc noclegowych całorocznych w turystycznych obiektach zbiorowego zakwaterowania.

Strategia Rozwoju Kapitału Społecznego 2020 (SRKS), której koordynatorem jest Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego, koncentruje się na takich kluczowych obszarach, jak:

- postawy i kompetencje społeczne,
- współdziałanie i partycypacja społeczna,
- komunikacja społeczna,
- kultura i kreatywność.

Zasadniczym celem strategii jest wzmocnienie udziału kapitału społecznego w rozwoju społeczno-gospodarczym Polski. Jednym z jej celów operacyjnych jest rozwój i efektywne wykorzystanie potencjału kulturowego i kreatywnego (cel operacyjny 4), dla którego realizacji istotne znaczenie posiada rozwój turystyki, szczególnie kulturowej, kulturowo-przyrodniczej oraz agroturystyki, a także ich promocja [s.60-68].

Strategia Rozwoju Kapitału Ludzkiego 2020 (SRKL) opiera się na koncepcji budowania kapitału ludzkiego w pięciu etapach życia, tj.:

- wczesne dzieciństwo,
- edukacja szkolna,
- edukacja na poziomie wyższym,
- aktywność zawodowa, uczenie się dorosłych i rodzicielstwo,

– starość.

W dokumencie nie ma bezpośrednich odniesień do turystyki.

Strategia Zrównoważonego Rozwoju Wsi, Rolnictwa i Rybactwa na lata 2012-2020 (SZRWRiR) przyjmuje za główny cel działań poprawę jakości życia na obszarach wiejskich oraz efektywne wykorzystanie ich zasobów i potencjałów, w tym rolnictwa i rybactwa, dla zrównoważonego rozwoju kraju. Rozwój turystyki (w tym agroturystyki) jest tutaj jednym z priorytetów celu szczegółowego nr 1: Wzrost jakości kapitału ludzkiego, społecznego, zatrudnienia i przedsiębiorczości na obszarach wiejskich oraz celu nr 2: Poprawa warunków życia na obszarach wiejskich oraz poprawa ich dostępności przestrzennej. Realizacji tych celów służyć będzie stymulowanie przedsiębiorczości na obszarach wiejskich i zwiększanie ich atrakcyjności inwestycyjnej oraz rozwój infrastruktury turystycznej.

Strategia Rozwoju Transportu (SRT) jest średniookresowym dokumentem planistycznym określającym cele polityki transportowej państwa. Podstawowym celem tej polityki do 2020 roku jest zwiększenie dostępności terytorialnej, poprawa bezpieczeństwa uczestników ruchu i efektywności sektora transportowego przez utworzenie spójnego, zrównoważonego, i przyjaznego użytkownikowi systemu transportowego w wymiarze krajowym (lokalnym), europejskim i globalnym. Priorytetowymi kierunkami interwencji SRT związanymi z turystyką jest m.in. rozwój powiązań transportowych zapewniających dostęp do obszarów o walorach turystycznych, a także poprawa warunków żeglugowych i nawigacyjnych oraz modernizacja infrastruktury na drogach wodnych o znaczeniu turystycznym.

Marketingowa Strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020 (MSP) jest głównym narzędziem działania Polskiej Organizacji Turystycznej, określającym wizję, misję oraz cele strategiczne i operacyjne polityki i promocji turystycznej Polski. Dokument ten jest aktualizacją strategii z 2008 roku (ramy czasowe 2008-2015), konieczną z uwagi na zmiany na światowym i europejskim rynku turystycznym, nowymi ramami finansowymi oraz wprowadzeniem budżetu zadaniowego. O ile wizja i misja pozostały niezmienione, o tyle przedefiniowano cel strategiczny, którym jest obecnie: **Poprawa pozycji konkurencyjnej Polski na międzynarodowym rynku turystycznym**, zredukowano także liczbę celów operacyjnych z czterech do trzech i są to:

cel 1. Zaspokajanie potrzeb informacyjnych w zakresie turystyki

cel 2. Marketingowe wspieranie rozwoju produktu turystycznego

cel 3. Zwiększenie dotarcia z przekazem informacyjno-promocyjnym o atrakcyjności turystycznej Polski.

Tab. 50 Rynki priorytetowe i uzupełniające kampanii promocyjnych

Rok	Rynek priorytetowy	Rynek uzupełniający
2012	Francja, Niemcy, Wielka Brytania	Belgia, Dania, Holandia, Szwecja
2013	Belgia, Dania, Holandia, Szwecja	Rosja, Ukraina (*)
2014	Rosja, Ukraina (*)	Włochy
2015	Włochy	Rynki azjatyckie (**)
2016	Rynki azjatyckie (**)	USA
2017	USA	Czechy, Austria, Węgry
2018	Czechy, Austria, Węgry	Francja, Niemcy, Wielka Brytania
2019	Francja, Niemcy, Wielka Brytania	Belgia, Holandia, kraje skandynawskie
2020	Belgia, Holandia, kraje skandynawskie	Hiszpania

(*) Nie dotyczy przemysłu spotkań.

(**) Decyzja dotycząca wyboru rynków oraz zakresu i skali działań promocyjnych zostanie podjęta w późniejszym czasie, p efektywność działań promocyjnych realizowanych na tych rynkach zależy od dostępności komunikacyjnej (bezpośrednie połączenia), partnerstwa z podmiotami z branży turystycznej oraz strategii działań na poziomie promocji gospodarczej.

Źródło: Marketingowa Strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020, s.104

Z punktu widzenia rozwoju turystyki w Wielkopolsce, interesujących informacji dostarcza część diagnostyczna MSP. Przeprowadzona ocena potencjału produktów turystycznych (ocena wartości marketingowej) w układzie wojewódzkim wskazuje, że Wielkopolska dysponuje:

- w ramach turystyki miejskiej i kulturowej – 3 rodzajami produktów o priorytetowej wartości marketingowej, tj: 1. pobyty w miastach, 2. pielgrzymki i miejsca kultu religijnego, 3. turystyka poprzemysłowa i 2 rodzajami produktów zaliczanych do podstawowej kategorii ważności marketingowej, tj: 1. wydarzenia kulturalne i muzyczne, 2. objazdy-dziedzictwo kulturowe,
- w ramach turystyki aktywnej, specjalistycznej i wypoczynkowej – 2 rodzajami produktów o priorytetowej wartości marketingowej tj: 1. turystyka rowerowa, 2. turystyka kajakowa oraz 7 rodzajami produktów zaliczanych do podstawowej kategorii ważności marketingowej, tj.: 1. turystyka piesza, 2. turystyka konna, 3. żeglarstwo, 4. inne sporty wodne, 5. aktywny udział w wydarzeniach sportowych, 6. pobyty wypoczynkowe nad jeziorami, 7. pobyty na obszarach przyrodniczych,
- w ramach turystyki wiejskiej – 1 rodzajem produktu o podstawowej ważności marketingowej tj: agroturystyka,
- w ramach turystyki biznesowej – 2 rodzajami produktów o priorytetowej wartości marketingowej tj. 1. konferencje i kongresy, 2. udział w targach oraz 1 rodzajem produktu o podstawowej ważności marketingowej tj: podróże służbowe,
- w ramach turystyki tranzytowej - 1 rodzajem produktu o podstawowej ważności marketingowej tj: pobyty jednodniowe

- w obszarze produkty uzupełniające - 2 rodzajami produktów o podstawowej ważności marketingowej tj: 1. gastronomia, 2. zakupy [s.55].

Podsumowując przeprowadzony przegląd dokumentów strategicznych szczebla krajowego należy stwierdzić, że priorytetami polityki państwa w zakresie turystyki do 2020 roku są:

- rozwój konkurencyjności i innowacyjności przedsiębiorstw turystycznych, poprzez tworzenie optymalnych warunków dla zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej w sektorze czasu wolnego
- rozwój partnerstwa turystycznego (koordynacja współpracy wszystkich interesariuszy oraz szczególnie klastering turystyczny)
- wzrost jakości turystyki polskiej poprzez systemy certyfikacji i klasyfikacji kadr
- rozwój badań rynku turystycznego
- intensyfikacja promocji turystycznej Polski na rynkach zagranicznych
- aktywizacja i rewitalizacja poprzez turystykę (zwłaszcza obszarów wiejskich).

W dokumentach krajowych dość ogólnie wskazano źródła finansowania planowanych działań, ale zgodnie z przyjętymi rządowymi założeniami, wspieranie rozwoju turystyki będzie w nadchodzącym okresie domeną budżetów samorządów terytorialnych. Możliwości wsparcia rozwoju turystyki w nowej perspektywie finansowej (np. działań promocyjnych na rynkach zagranicznych, inicjatyw klastrowych, ochrony dziedzictwa kulturowego) przewidziane są także w ogólnokrajowych programach operacyjnych (Program Operacyjny Inteligentny Rozwój, Program Operacyjny Polska Wschodnia czy też Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko).

4.2 Możliwości wsparcia projektów turystycznych z funduszy UE w perspektywie finansowej 2014 – 2020

Komisja Europejska przygotowując nową perspektywę finansową wytyczyła pięć celów, według których jest realizowany budżet. Należą do nich: *zatrudnienie, badania i innowacje, zmiany klimatu i energii, edukacja oraz walka z ubóstwem*. Rozporządzenia Komisji Europejskiej w zakresie Funduszy Europejskich na lata 2014 – 2020 wśród celów tematycznych i priorytetów inwestycyjnych bezpośrednio nie wymieniają jednak turystyki. Nie należy tego interpretować w taki sposób, że turystyka została pominięta podczas rozdzielania środków finansowych, ale że jedynie stała się elementem lokalnych strategii rozwoju, projektów związanych z kulturą i dziedzictwem kulturowym czy też szeroko rozumianą przedsiębiorczością. Dlatego też, projekty turystyczne mogą być realizowane w ramach celu: *Podnoszenie konkurencyjności mikro, małych i średnich przedsiębiorstw, sektora rolnego oraz sektora rybołówstwa i akwakultury – jako przedsięwzięcia w zakresie rozwoju działalności gospodarczej w obszarze turystyki*. Dodatkowo źródeł finansowania można poszukiwać

w projektach z zakresu ochrony i promocji dziedzictwa kulturowego (cel *Ochrona środowiska naturalnego i wspieranie efektywności wykorzystania zasobów*). Inwestycje związane z rozwojem turystyki można traktować jako działania wynikające z regionalnych i lokalnych strategii rozwoju, m.in. na rzecz zwiększenia dostępności i rozwoju zasobów naturalnych i kulturowych. Biorąc pod uwagę wartości kulturowe, odniesienie w obecnej perspektywie znajduje się w Priorytecie Ochrona promocji i rozwoju dziedzictwa kulturowego i naturalnego w ramach celu *Ochrona środowiska naturalnego i wspieranie efektywności wykorzystania zasobów*. Dodatkowym uszczegółowieniem, istotnym z punktu widzenia rozwoju turystyki, jest odniesienie w zakresie wspierania rozwiązań informatycznych w sferze kultury (e-kultura).

W zakresie realizacji wdrażania wybranych rozwiązań przewidziane są możliwości dofinansowania rewitalizacji zabytków wraz z ich otoczeniem, tworzenie wirtualnych instytucji kultury (w tym konserwacja i digitalizacja), wsparcie innowacyjnych projektów zwiększających dostęp do zasobów kultury i poprawy jakości funkcjonowania instytucji kultury.

Projekty regionalne mają na celu wsparcie przede wszystkim inteligentnych rozwiązań z zakresu kultury, budujących kreatywność, która jest bezpośrednio związana z innowacyjnością, przedsiębiorczością oraz sferą kapitału ludzkiego. Dodatkowo wsparcia w tym zakresie można poszukiwać w projektach przewidzianych dla działań podejmowanych na danym terytorium, mających na celu aktywizację i integrację społeczną czy wzmocnienie potencjałów poszczególnych obszarów. Z pewnością będą więc możliwości finansowania przedsięwzięć innowacyjnych w obszarze turystyki. W obecnej perspektywie finansowej Unia Europejska przeznaczyła zdecydowaną część dofinansowania na projekty, które z założenia mają realizować inwestycje, mające na celu zwiększenie konkurencyjności przedsiębiorstw poprzez rozwój zarówno zaawansowanych produktów, jak i usług turystycznych, a tym samym zwiększać atrakcyjność turystyczną naszego kraju. Realizowane będą mogły być projekty zarówno o charakterze lokalnym, regionalnym, jak i krajowym. Wszystkie projekty z zakresu turystyki, które są związane z promocją gospodarczą i turystyczną regionu, a także wspierają konkurencyjność i innowacyjność sektora MŚP, mają możliwość uzyskania dofinansowania z regionalnego programu operacyjnego.

W latach 2014-2020 w Polsce, dodatkowo nieocenionym wsparciem będą możliwe do rozdysponowania środki z 16 programów regionalnych finansowanych z EFRR i EFS. Dodatkowo Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, jako dysponent środków unijnych, umożliwi ubieganie się o różne formy dofinansowania w zakresie programów: Infrastruktura i Środowisko, Inteligentny Rozwój, Wiedza-Edukacja-Rozwój, Polska Cyfrowa, Polska Wschodnia oraz Europejska Współpraca Terytorialna i Europejski Instrument Sąsiedztwa. Dodatkowo, o dotacje z programów dotyczących rozwojów wiejskich i rozwoju obszarów morskich i rybackich, będzie można się ubiegać na podstawie wytycznych Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

Możliwości finansowania rozwoju turystyki z Programów Operacyjnych

Rozwój turystyki został także uznany jako istotny obszar w zakresie projektów dotyczących ochrony i rozwoju dziedzictwa kulturowego finansowanych z Programu Infrastruktura i Środowisko, a wsparcie systemowe w zakresie promocji turystycznej Polski na rynkach zagranicznych możliwe jest w Programie Inteligentny Rozwój.

Program Operacyjny Inteligentny Rozwój

Priorytet inwestycyjny 3.4 odnosi się do wspierania zdolności MŚP do angażowania się w proces wzrostu na rynkach regionalnych, krajowych i międzynarodowych oraz w procesy innowacji. Wśród przykładowych typów projektów w ramach tego priorytetu w dokumencie wymienia się bezpośrednio promocję turystyczną Polski. Wsparcie to ma mieć charakter systemowy, w zakresie promocji turystycznej Polski na rynkach zagranicznych poprzez prowadzenie m.in.: kampanii promocyjnych, organizacji wydarzeń promocyjnych, wizyt studyjnych, działań w Internecie, itp. Ponadto elementem tego instrumentu jest prowadzenie działań w zakresie badań ruchu turystycznego. Działanie to polega na zapewnieniu dostępu do aktualnych informacji o rynku turystycznym podmiotom prowadzącym działalność w sektorze turystyki oraz podniesienie jakości badań ruchu turystycznego w regionach. Do najważniejszych typów beneficjentów zaliczono: jednostki administracji publicznej, w tym ich jednostki organizacyjne, lub wyłonione podmioty odpowiadające za realizację działań o charakterze systemowym. Obszarem działania została objęta cała Polska. Charakter pomocy będzie miał formę instrumentów bezzwrotnych (dotacje) oraz instrumentów finansowych.

Wsparcie w ramach III Osi PO IR będzie prowadzone głównie w trybie konkursowym, w związku z czym w chwili obecnej nie jest możliwe określenie, czy dofinansowanie będzie kierowane na realizację dużych projektów.

Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko

W ramach Osi priorytetowej II: Ochrona środowiska, w tym adaptacja do zmian klimatu, wyróżniono dwa istotne dla możliwości rozwoju turystyki priorytety inwestycyjne: 6.4 oraz 6.5. Priorytet 6.4: Ochrona i przywrócenie różnorodności biologicznej, ochrona i rekultywacja gleby oraz wspieranie usług ekosystemowych, a także poprzez program „Natura 2000” i zieloną infrastrukturę przyczyni się do osiągnięcia celu dotyczącego zachowania i poprawy jakości środowiska naturalnego poprzez zrównoważone gospodarowanie zasobami oraz zwiększenie dostępności ludności do infrastruktury środowiskowej. Natomiast priorytet 6.5: Podejmowanie przedsięwzięć mających na celu poprawę stanu jakości środowiska miejskiego, rewitalizację miast, rekultywację i dekontaminację terenów przemysłowych (w tym terenów powojkowych), zmniejszenie zanieczyszczenia powietrza i propagowanie działań służących zmniejszeniu hałasu przyczyni się do osiągnięcia celu dotyczącego poprawy stanu środowiska w ośrodkach miejskich.

Kolejnym istotnym zapisem w ramach PO Infrastruktura i Środowisko są zapisy zawarte w ramach wyodrębnionej Osi priorytetowej VI: Ochrona i rozwój dziedzictwa kulturowego. Oś priorytetowa VI została ograniczona do jednego priorytetu inwestycyjnego celu tematycznego 6: „Zachowanie i ochrona środowiska oraz promowanie efektywnego gospodarowania zasobami”, niemniej stanowi integralne uzupełnienie całościowej interwencji podejmowane w obrębie tego celu, dedykowanego szeroko pojętym zasobom (nie tylko środowiskowym, ale również kulturowym). W ramach wyróżnionego Priorytetu inwestycyjnego 6.3: „Zachowanie, ochrona, promowanie i rozwój dziedzictwa naturalnego i kulturowego” można pozyskiwać środki finansowe na realizację projektów przyczyniających się do osiągnięcia celu dotyczącego zachowania dziedzictwa kulturowego oraz rozwoju zasobów kultury dla obecnych i przyszłych pokoleń.

Program Operacyjny Polska cyfrowa na lata 2014 – 2020, również odnosi się do pewnych aspektów cyfryzacji turystyki. W ramach programu można poszukiwać finansowania na podstawie zapisów Osi priorytetowej II, realizującej cel tematyczny 2: „Zwiększenie dostępności, stopnia wykorzystania i jakości technologii informacyjno-komunikacyjnych”, w ramach którego wydzielono Priorytet inwestycyjny: 2.3 „Wzmacnianie zastosowania technologii komunikacyjno-informacyjnych dla e-administracji, e-learningu, e-integracji, e-kultury i e-zdrowia”.

Kolejne programy Komisji Europejskiej są pewną kontynuacją zakończonych właśnie perspektywy finansowej, w ramach których również można poszukiwać możliwości finansowania projektów. Do najistotniejszych dla obszaru turystyki należy zaliczyć: COSME, Life + oraz Creative Europe.

Program na rzecz Konkurencyjności Przedsiębiorstw i MŚP (COSME) jest inicjatywą kontynuującą „Program na rzecz Przedsiębiorczości i Innowacji EIP” będący jednym z programów szczegółowych wydzielonych w ramach Programu Ramowego na rzecz Konkurencyjności i Innowacji 2007-2013. COSME ma przede wszystkim zapewnić przedsiębiorcom lepszy dostęp do finansowania i ułatwić ekspansję w ramach UE i poza jej granicami. Turystyka została uwzględniona w COSME (Competitiveness and SME programme, czyli w programie związanym z konkurencyjnością przedsiębiorstw oraz małych i średnich firm) jako cel wspierający konkurencyjność i zrównoważony rozwój przedsiębiorstw w swoim sektorze.

Life+ jest kontynuacją realizowanego w latach 2007-2013 programu LIFE. Obszarami, które zdaniem Komisji Europejskiej zapewnią najbardziej pozytywny wpływ na stan środowiska są: obszary Natura 2000, woda, odpady oraz powietrze i to one będą priorytetami. Nacisk w ramach funkcjonowania tego programu zostanie również położony na projekty zintegrowane, które ma charakteryzować komplementarność z innymi unijnymi oraz krajowymi instrumentami finansowymi, a także większa skala terytorialna. W ramach programu przewiduje się wydzielenie dwóch podprogramów dedykowanych – jednego środowisku, a drugiego klimatowi. Zdecydowanie

istotniejsza część do obszaru turystyki dotyczy poddziałań na rzecz środowiska, w ramach których wyróżniono: ochronę środowiska i efektywne gospodarowanie zasobami, różnorodność biologiczną, zarządzanie i informację w zakresie środowiska. Program został skierowany przede wszystkim do: przedsiębiorców, administracji publicznej oraz organizacji pozarządowych.

Możliwości finansowania rozwoju turystyki z Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego

Najbardziej istotnym z punktu widzenia możliwości rozwoju województwa wielkopolskiego będzie Wielkopolski Regionalny Program Operacyjny, który ze względu na wskazanie potrzeby interwencji w obszar konkurencyjności przedsiębiorstw (między innymi ze względu na układ sektorowy gospodarki) wskazuje jasno jako jeden z głównych celów programu: Poprawę konkurencyjności i spójności województwa. Dlatego też, jako wyzwania, traktuje się: podniesienie innowacyjności przedsiębiorstw, zmniejszenie dysproporcji w rozwoju przedsiębiorczości w regionie oraz podniesienie atrakcyjności inwestycyjnej poszczególnych obszarów województwa.

Kolejnym obszarem, w ramach którego można poszukiwać finansowania inwestycji turystycznych, jest Ochrona środowiska i efektywność wykorzystywania zasobów. Jako wyzwania można potraktować: zachowanie i przywracanie właściwego stanu ochrony zasobów przyrodniczych i kulturowych oraz poprawę jakości wód powierzchniowych i podziemnych, a także zrównoważone ich wykorzystywanie. Dlatego w ramach obszarów interwencji ustanowiono wsparcie z zakresu trzech Priorytetów Inwestycyjnych:

1. Ochrona i rozwój dziedzictwa kulturowego i naturalnego – w ramach PI 6.3.
2. Ochrona i przywrócenie różnorodności biologicznej – w ramach PI 6.4.
3. Poprawa stanu środowiska miejskiego – w ramach PI 6.5.

Interwencja WRPO 2014+ będzie wkładem w realizację priorytetu Rozwój zrównoważony Strategii Europa 2020. Zgodnie z inicjatywą przewodnią *Europa efektywnie korzystająca z zasobów* region poprawi produktywność, ograniczy koszty i przyczyni się do wzrostu konkurencyjności.

Kolejnym wyróżnianym obszarem działania jest Zrównoważony transport. Ze względu na rozwijający się Międzynarodowy Port Lotniczy Poznań-Ławica możliwe będą działania mające na celu optymalizację wykorzystania infrastruktury lotnisk lokalnych oraz terenów byłych lotnisk, w szczególności w zakresie lotów biznesowych. Dodatkowo w ramach tego samego obszaru, ze względu na korzystny układ dróg wodnych śródlądowych, niestety często przy ich złym stanie technicznym, możliwe będzie zmodernizowanie torów wodnych w celu kanalizowania ruchu turystycznego w ramach PI 6.4.

W ramach WRPO następujące działania mogą przysłużyć się rozwojowi turystyki w Wielkopolsce:

Oś priorytetowa	Cel tematyczny/Priorytety inwestycyjne/Cele szczegółowe	Fundusz
1. Innowacyjna i konkurencyjna gospodarka	CT 1. Wzmacnianie badań naukowych, rozwoju technologicznego i innowacji 1.2. Promowanie inwestycji przedsiębiorstw w badania i innowacje - Wzrost potencjału innowacyjnego przedsiębiorstw	EFRR
4. Środowisko	CT 6. Zachowanie i ochrona środowiska naturalnego oraz wspieranie efektywnego gospodarowania zasobami 6.3. Zachowanie, ochrona, promowanie i rozwój dziedzictwa naturalnego i kulturowego - Poprawa stanu dziedzictwa kulturowego 6.4. Ochrona i przywrócenie różnorodności biologicznej, ochrona i rekultywacja gleby oraz wspieranie usług ekosystemowych, także poprzez program „Natura 2000” i zieloną infrastrukturę - Ograniczenie degradacji środowiska przyrodniczego i wzmocnienie różnorodności biologicznej 6.5. Podejmowanie przedsięwzięć mających na celu poprawę stanu jakości środowiska miejskiego, rewitalizację miast, rekultywację i dekontaminację terenów przemysłowych (w tym terenów powojaskowych), zmniejszenie zanieczyszczenia powietrza i propagowanie działań służących zmniejszeniu hałasu - Zrównoważony rozwój miast	EFRR

W latach 2014-2020 samorządy województw będą miały możliwość zarządzać około 40 proc. funduszami polityki spójności - 31,28 mld euro. Pieniądze będzie można zainwestować poprzez regionalne programy operacyjne. Programy regionalne będą dwufunduszowe, tj. finansowane ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego i Europejskiego Funduszu Społecznego. W ramach WRPO całkowita alokacja środków wynosi 2 450 206 417 Euro.

Dodatkowo, w celu ewidencji przedsięwzięć planowanych do realizacji przez potencjalnych beneficjentów w obecnym okresie programowania 2014-2020, został uruchomiony System Ewidencji Przedsięwzięć planowanych do realizacji w latach 2014-2020 (SEP 2014-2020), dostępny pod adresem: <https://sep.umww.pl>. Zarejestrowane podmioty mogą wpisywać do systemu przedsięwzięcia, które planują realizować z pomocą środków unijnych (dotacji lub innych form wsparcia) w najbliższych latach. System ten pozwoli na rozpoznanie oczekiwań i planów inwestycyjnych podmiotów publicznych, gospodarczych i organizacji społecznych. Dane będą miały

wyłącznie charakter informacyjny i posłużą jako materiał pomocniczy przy opracowaniu programu operacyjnego. Ponadto SEP pozwoli na zidentyfikowanie przedsięwzięć o znaczeniu strategicznym dla regionu, co przyczyni się do opracowania listy projektów kluczowych dla nowego okresu programowania (www.wrpo.wielkopolskie.pl).

4.3 Pozycja województwa wielkopolskiego na tle trendów regionalnych i europejskich

Celem tej części opracowania jest określenie pozycji województwa wielkopolskiego w kontekście współczesnych trendów regionalnych i europejskich w turystyce. Przyjęto założenie, że pozycja turystyczna wiąże się z uwarunkowaniami wewnętrznymi województwa, które stanowią podstawę kreowania produktów turystycznych, zdolnych do zaspokojenia potrzeb i oczekiwań współczesnych turystów. W analizie przyjęto dotychczas stosowaną w „Marketingowej strategii Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020” terminologię i klasyfikację grup markowych produktów: 1) turystyka w miastach i kulturowa, 2) turystyka biznesowa – przemysł spotkań MICE, 3) turystyka rekreacyjna, aktywna i specjalistyczna, 4) turystyka na terenach wiejskich, 5) turystyka przygraniczna i tranzytowa⁸⁰, wobec których dokonano oceny pozycji województwa wielkopolskiego na podstawie bilansu uwarunkowań rozwojowych wraz z identyfikacją produktów turystycznych (nawiązujących do przyjętej terminologii).

Tab. 51 Potencjał produktów turystycznych województwa wielkopolskiego

Markowe produkty turystyczne	Wyszczególnienie	Ranga
Turystyka miejska i kulturowa	Pobyty w miastach (city breaks)	XXX
	Wydarzenia kulturalne i muzyczne	XX
	Pielgrzymki, miejsca kultu religijnego	XXX
	Turystyka poprzemysłowa	XXX
	Objazdy – dziedzictwo kulturowe	XX
	Podróże sentymentalne	X
Turystyka aktywna specjalistyczna i wypoczynkowa	Piesza	XX
	Rowerowa	XXX
	Kajakowa	XXX
	Konna	XX
	Żeglarstwo	XX

⁸⁰ Marketingowa strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020, 2011, Polska Organizacja Turystyczna, 2011, s. 44

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

	Inne sporty wodne	XX
	Golf	X
	Aktywny udział w wydarzeniach sportowych	XX
	Pobyty wypoczynkowe nad jeziorami	XXX
	Pobyty na obszarach cennych przyrodniczo	XX
	Camping i caravanning	XX
Turystyka na terenach wiejskich	Agroturystyka	XX
	Ekoturystyka	X
Turystyka biznesowa (przemysł spotkań)	Konferencje i kongresy	XXX
	Podróże służbowe	XX
	Udział w targach	XXX
	Podróże motywacyjne	X
Tranzytowa przygraniczna	Pobyty jednodniowe	XX
Produkty uzupełniające	Gastronomia	XX
	Życie nocne	X
	Zakupy	XX

XXX – produkt priorytetowy, XX – produkt o podstawowej kategorii ważności, X – produkt o drugorzędnej kategorii ważności

Źródło: Marketingowa strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020, Polska Organizacja Turystyczna, 2011, s. 46

Tabela 51 wskazuje na rangę szczegółowych produktów turystycznych w obszarach produktów markowych zaproponowaną przez Polską Organizację Turystyczną, w tabeli 52 natomiast dokonano podsumowania pozycji województwa wielkopolskiego w obszarach produktów markowych dla rynków docelowych turystów krajowych oraz zagranicznych.

Tab. 52 Pozycja województwa wielkopolskiego wobec produktów markowych i rynków docelowych

Wyszczególnienie	Turystyka w miastach i kulturowa	Turystyka biznesowa i przemysł spotkań MICE	Turystyka rekreacyjna, aktywna i specjalistyczna	Turystyka na terenach wiejskich,	Turystyka tranzytowa
Turystyka krajowa	XXX	XXX	XXX	XX	X
Turystyka zagraniczna przyjazdowa	XXX	XXX	XX	X	XX

XXX-silna pozycja, XX-średnia pozycja, X-słaba pozycja

Źródło: opracowanie własne, terminologia i klasyfikacja grup markowych produktów przyjęta za Marketingowa strategia turystyki Polski na lata 2012-2020, Polska Organizacja Turystyczna, 2011, s.44

Współczesne trendy w turystyce determinowane są wieloma czynnikami, do których zaliczyć należy m.in.:

- czynniki demograficzne (m.in. udział starszych grup wiekowych w strukturze społeczeństwa europejskiego, wzrost liczby gospodarstw jednoosobowych),
- czynniki środowiskowe (m.in. kurcząca się zasoby środowiska naturalnego),
- czynniki społeczno-kulturowe (m.in. zmianę systemu wartości, tzn. przypisywanie przez społeczeństwa ważnego znaczenia zdrowiu, wiedzy, aktywnemu spędzaniu czasu wolnego),
- czynniki technologiczne (m.in. dynamiczny rozwój technologii w zakresie przepływu informacji, rozwój środków transportu i infrastruktury transportowej, automatyzację i komputeryzację gospodarki).

Czynniki te leżą u podstaw trendów w turystyce światowej, w tym w szczególności trendów w turystyce europejskiej, na które zwróciła uwagę Komisja Europejska w publikacji „Panorama on Tourism” . Wśród trendów tych na pierwszy plan wysuwają się:

- wzrost liczby wyjazdów turystycznych, ale jednocześnie skrócenie czasu ich trwania,
- rozwój turystyki lokalnej (*ang. 'proximity' tourism*) czyli turystyki w miejsca bliskie miejscom zamieszkania turystów (wycieczki weekendowe),
- poszukiwania bezpośredniego, bardziej świadomego kontaktu z naturą i środowiskiem, ekologizacja konsumpcji turystycznej,
- pragnienie zdobycia autentycznego doświadczenia odwiedzanych miejsc,
- wzrost zainteresowania produktami turystycznymi, ukierunkowanymi na emocjonalne zaangażowanie konsumenta, doświadczenie i przeżycia związane z konsumpcją produktu turystycznego, odpowiadający formule 3xE (*ang. excitement, education, entertainment*),
- zainteresowanie przygodą, nieodkrytymi dotychczas miejscami, czy turystyką z dala od głównych szlaków,
- pojawienie się nowych „kulturalnych horyzontów” przejawiające się w doświadczaniu żywej kultury - nie tylko muzeów, zabytków, pojedynczych atrakcji, ale całego kontekstu kulturalnego odwiedzanych miejsc - ich historii, tradycji, języka, kuchni, stylu życia itd.,
- zainteresowanie lokalnymi zwyczajami, folklorem, rękodzielnictwem itp.⁸¹.

W tym kontekście zidentyfikowane produkty turystyczne w województwie wielkopolskim odpowiadają ogólnym trendom europejskim.

Na uwagę zasługuje silna pozycja produktów turystyki miejskiej i kulturowej w Wielkopolsce. Źródła rozwoju turystyki kulturowej w województwie upatrywać należy w występowaniu elementów

⁸¹ Panorama on tourism, Eurostat, European Commission, 2008, s. 16-17

kultury wysokiej (dziedzictwo kulturowe, zabytki, muzea, koncerty muzyki poważnej, sztuki teatralne) oraz elementów kultury popularnej (miasta i miejski styl życia, wieś i kultura wiejska, wydarzenia turystyki popularnej, np. koncerty rozrywkowe, inscenizacje kulturowe), a także w dążeniu do poszerzania wiedzy o organizowanym przez człowieka świecie otaczającym⁸². Źródła te odnoszą się w szczególności do dziedzictwa związanego z początkami państwowości polskiej, w szczególności z Poznaniem (Ostrów Tumski z Archikatedrą, Brama Poznania ICHOT) i Gniezmem (Archikatedra, Muzeum Początków Państwa Polskiego) oraz pozostałymi miejscami Szlaku Piastowskiego (Certyfikat POT 2012), ponadto ze szlakiem zamków, pałaców i dworów (m.in. Rogalin, Kórnik, Gołuchów, Rydzyna, Śmiełów, Wąsowo itd.), szlakiem budowli i kościołów drewnianych, Szlakiem Cysterskim, miejscami turystyki religijnej i pielgrzymkowej (w szczególności Licheń, Kalisz, Poznań, Gniezno), szlakami kolejowymi (w szczególności Wolsztyn i Parowozownia Wolsztyn - Certyfikat POT 2006), czy też produktami popularyzującymi w sposób atrakcyjny i nowoczesny dziedzictwo kulturowe polskiej wsi i rolnictwa (Muzeum Narodowe Rolnictwa w Szreniawie – Certyfikat POT 2004). Źródła tych należy szukać również w tak istotnych dla Wielkopolski wydarzeniach kulturalnych jak w szczególności: Międzynarodowy Konkurs Skrzypcowy im. Henryka Wieniawskiego, Malta Festiwal Poznań, Festiwal Muzyki Współczesnej „Poznańska Wiosna Muzyczna”, Kaliskie Spotkania Teatralne, Międzynarodowy Festiwal Pianistów Jazzowych w Kaliszu, Międzynarodowy Dziecięcy Festiwal Piosenki i Tańca w Koninie, Ogólnopolski Festiwal Zespołów Muzyki Dawnej „Schola Cantorum” w Kaliszu, Międzynarodowy Turniej Orkiestr Dętych w Lesznie, Międzynarodowy Festiwal Folklorystyczny „Bukowińskie Spotkania” w Pile i Jastrowiu.

We współczesnych trendach rozwoju turystyki miejskiej podkreślić należy lokalną kulturę i atmosferę miasta oraz wydarzenia (eventy) jako elementy strategii turystyki miejskiej. Wydarzenia, ze względu na przypisywane im cechy, takie jak m.in.: inscenizacja, orientacja na doświadczenie i emocje, multisensoryczność, stwarzają wiele możliwości wprowadzania nowych i oryginalnych rozwiązań. Ich charakterystyczny profil umożliwia wyróżnienie się na rynku turystycznym, wspiera wizerunek i atrakcyjność turystyczną miasta, umożliwia pozyskanie nowych segmentów rynku turystycznego, w tym i mieszkańców, a poprzez organizację powtarzających się wydarzeń aktywizowanie liczby uczestników i publiczności. Wartym podkreślenia w zakresie turystyki miejskiej i kulturowej są także inne propozycje produktowe, jak chociażby: akcja „Poznań za pół ceny”, „Wybierz Kalisz na weekend” (Certyfikat POT 2011) czy Antonin z Pałacem Myśliwskim Książąt Radziwiłłów i odbywającym się tam słynnym festiwalem muzycznym „Chopin w Barwach Jesieni”.

⁸² por. A. Mikos von Rohrscheidt, *Turystyka Kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*. Podręcznik akademicki, Wyd. KMB Druk, Gniezno 2008, s. 31.

Turystyka biznesowa i przemysł spotkań to priorytetowy produkt Wielkopolski zarówno w zakresie turystyki krajowej, jak i zagranicznej. Współczesne tendencje w turystyce biznesowej charakteryzuje rozwój wydarzeń towarzyszących, takich jak m.in. konferencje, seminaria, wystawy. Potencjał sal konferencyjnych zlokalizowanych na MTP, w obiektach noclegowych oraz hal widowiskowych umożliwia organizację nie tylko eventów z obszaru turystyki biznesowej, ale także zróżnicowanych eventów kulturalnych i sportowych.

Trendy aktywnego spędzania czasu wolnego przejawiają się w oczekiwaniach turystów wobec specjalistycznej infrastruktury turystycznej. Występujące w województwie wielkopolskim Wielkopolski System Szlaków Rowerowych (Certyfikat POT 2004), liczne szlaki piesze i konne wraz z infrastrukturą (np. Centrum Hippiki Jaszkowo - Certyfikat POT 2005), szlaki kajakowe wraz z Wielką Pętlą Wielkopolski, stanowią istotny potencjał rozwoju turystyki rekreacyjnej, aktywnej i specjalistycznej, w szczególności dla turystyki krajowej i w mniejszym stopniu także dla turystyki zagranicznej. W województwie wielkopolskim opracowany został też, jako pierwszy w Polsce, system śladów GPS wszystkich tras rowerowych, należących do Wielkopolskiego Systemu Szlaków Rowerowych.

W obszarze produktów uzupełniających, wskazanych przez Polską Organizację Turystyczną, na podkreślenie zasługuje niewątpliwie rosnący potencjał stolicy Wielkopolski w zakresie turystyki zakupowej (wspomniany Stary Browar, oferta Poznań City Center z liczbą odwiedzających odpowiednio 30 000 i 40 000 osób dziennie).

4.4 Atrakcyjność i konkurencyjność turystyki wielkopolskiej i jej zasobów na tle kraju i województw sąsiednich

Region wielkopolski charakteryzuje się różnorodnymi i wartościowymi walorami turystycznymi, które decydują o dużej konkurencyjności obszaru w stosunku do regionów sąsiednich i całego kraju. W tym względzie należy uwzględnić nie tylko wyróżniające się walory turystyczne, dobry stan zagospodarowania turystycznego, który ciągle się rozwija, wraz z polepszeniem dostępności komunikacyjnej, ale także kreowane w dotychczasowych strategiach produkty turystyczne. W ten sposób można stworzyć obraz Wielkopolski, jako regionu o dużej atrakcyjności i konkurencyjności w zakresie poszczególnych typów turystyki na tle kraju i województw sąsiednich. Podane niżej propozycje uzupełniają „sztandarowe” produkty Wielkopolski takie jak turystyka biznesowa, wodna, agroturystyka i turystyka wiejska czy turystyka kulturowa. Zostały one omówione w poprzednich częściach diagnozy.

Turystyka pielgrzymkowa

Międzynarodowa popularność ośrodka pielgrzymkowego Lichenia Starego oraz krajowa ranga takich ośrodków jak Gniezno, Lednica z Ogólnopolskimi Spotkaniami Młodych - Lednica 2000, Gostyń i Kalisz sprawiają, że Wielkopolska jest wyróżniającą się na tle regionów sąsiednich, ważną destynacją pątniczą. Czynnikiem wzmacniającym ten potencjał są Drogi Pielgrzymkowe św. Jakuba do Santiago de Compostela, które w ostatnich latach intensywnie się rozwijają.

Turystyka kulinarna

Bogate dziedzictwo niematerialne Wielkopolski czerpiące z mieszanki tradycji polskich i niemieckich, daje podstawę dla rozwoju coraz modniejszej w ostatnim czasie turystyki kulinarnej. Potwierdzeniem tego jest lista 90 produktów tradycyjnych kuchni wielkopolskiej, z których cztery są produktami regionalnymi zarejestrowanymi w Unii Europejskiej. Do najbardziej rozpoznawalnych należą Rogal Świętomarciński, gzik, Czarne Piwo Fortuna, Ser Smażony, Plyndze i Andruty Kaliskie⁸³.

Podmioty mające w swojej ofercie żywność tradycyjną i regionalną (restauracje, gospodarstwa agroturystyczne, gospodarstwa rolne, zakłady przetwórstwa żywności itp.) zrzesza Europejska Sieć Regionalnego Dziedzictwa Kulinarnego (www.culinary-heritage.com). Jej celem jest m.in. popularyzowanie wśród konsumentów i turystów dziedzictwa kulinarnego oraz promocja żywności tradycyjnej, opartej na lokalnych surowcach. Sieć liczy obecnie 31 regionów europejskich, w tym 10 polskich. Wielkopolska jest członkiem Sieci od 2008 roku i skupia 105 członków.

⁸³ <http://www.minrol.gov.pl/Jakosc-zywnosci/Produkty-regionalne-i-tradycyjne/Lista-produktow-tradycyjnych/woj.-wielkopolskie>

Bioturystyka⁸⁴

Obecnie obserwuje się dynamiczny rozwój oferty regionalnych browarów, pubów oraz targów i festiwali piwnych na terenie Wielkopolski, zwiększając tym samym potencjał regionu na tle pozostałych. Działające od przeszło 10 lat Centrum Wycieczkowe „LECH” odwiedziło ok. 200 tysięcy osób⁸⁵. Nie należy zapominać o coraz popularniejszych Poznańskich Targach Piwnych odbywających się jesienią każdego roku, które a także o Festiwalu piwa organizowanym w Muzeum Narodowym Rolnictwa i Przemysłu Rolno-Spożywczego w Szreniawie.

Turystyka kolejowa

Potencjał turystyki kolejowej w Wielkopolsce daje podstawy do uznania jej za ważny produkt turystyczny. Głównym jej elementem jest Parowozownia Wolsztyn - dotychczas jedyna czynna parowozownia w Europie, a być może także na świecie. Największą atrakcją są coroczne parady parowozów wraz z imprezami towarzyszącymi. Na bazie czynnych parowozów każdego roku organizowanych jest kilkadziesiąt pociągów turystycznych po Wielkopolsce i ościennych województwach. Ich organizatorem jest Instytut Rozwoju i Promocji Kolei w siedzibą w Poznaniu. Produkt Turkol.pl nagrodzony został Certyfikatem POT za rok 2013. Ofertę turystyki kolejowej uzupełniają czynne sezonowo koleje wąskotorowe w Gnieźnie, Środzie Wielkopolskiej, Białośliwiu i Śmiglu. W tym względzie znaczącą rolę odgrywają samorządy, które objęły niektóre z nich swoją opieką. Kolejne atrakcje na szynach to Kolejka Maltanka w Poznaniu (własność MPK) i kolejka parkowa w Cichowie (gmina Krzywiń) – własność prywatna. W rękach prywatnych są też kolejki drezynowe w Grodzisku Wielkopolskim oraz w Bieżyniu (gmina Krzywiń) przekształcone w miejscowe atrakcje turystyczne. Warto również wspomnieć o Mosińskiej Kolei Drezynowej do Osowej Góry. (Turystyka kolejowa w Wielkopolsce 2008)

4.5 Kierunki rozwoju turystyki w świetle wojewódzkich i lokalnych programów i strategii oraz planów przestrzennych

Zadania umożliwiające rozwój turystyki znajdują odzwierciedlenie we wszystkich najważniejszych dokumentach regionalnych województwa wielkopolskiego. Za najważniejszy dokument traktujący turystykę jako bardzo istotną gałąź gospodarki dla rozwoju województwa należy uznać **Strategię rozwoju województwa wielkopolskiego do roku 2020. Wielkopolska 2020**. W zdecydowanej większości zaplanowanych celów operacyjnych można znaleźć odniesienie do

⁸⁴ Duda-Gromada K. 2013, Bioturystyka w Polsce – charakterystyka zjawiska, Prace i Studia Geograficzne, T.52, ss.63-84

⁸⁵ <http://www.zwiedzaniebrowaru.pl/pl/zwiedzanie-browaru>

możliwości rozwoju turystyki z jasnym wskazaniem, że takie działania w najbliższej przyszłości zostaną podjęte. Do najważniejszych zdecydowanie należy zaliczyć:

Cel operacyjny 1.4 Lepsze wykorzystanie dróg wodnych.

Znaleźć tu można odniesienie do wagi transportu wodnego w Wielkopolsce jako zasobu zdecydowanie niewykorzystanego. Z tego względu szanse rozwoju upatrywać należy w działaniach promujących wykorzystanie szlaków wodnych na cele turystyczne, jak również w rozbudowie infrastruktury szlaków wodnych. Doprowadzić może to do aktywizacji obszarów do nich przylegających, a dodatkowo, poprzez działania rewitalizacyjne i modernizacyjne oraz włączenie systemu dróg Wielkopolski w system europejski, zwiększy się wymiana handlowa z innymi regionami. Cel ten będzie realizowany przede wszystkim przez następujące kierunki działań:

- rewitalizację Wielkiej Pętli Wielkopolski na potrzeby turystyki,
- wsparcie przedsięwzięć z zakresu turystyki wodnej także poza głównymi szlakami wodnymi Wielkopolski, w celu wykorzystania potencjału rzek i jezior.

Cel operacyjny 1.6 Rozwój komunikacji lotniczej.

Transport lotniczy postrzegany jest jako podstawowy element infrastruktury komunikacyjnej regionu, dlatego w znacznym stopniu przyczynia się do rozwoju Wielkopolski, wpływając jednocześnie na jej konkurencyjność. Niewystarczający rozwój tej dziedziny infrastruktury jest postrzegany jako swoista blokada rozwoju kluczowych inwestycji zagranicznych, ograniczenie kontaktów biznesowych oraz turystyki. Dlatego jako podstawowe kierunki działań do realizacji w ramach wymienionego celu należy przyjąć:

- kontynuację rozbudowy Portu Lotniczego Poznań-Ławica oraz dalszą rozbudowę siatki połączeń międzynarodowych i krajowych,
- wsparcie niszowych, specyficznych form transportu lotniczego na pozostałych, istniejących w regionie lotniskach i lądowiskach, zwłaszcza w segmencie general aviation,
- rozwój infrastruktury komunikacyjnej ułatwiającej dostęp do lotnisk,
- zapewnienie intermodalności transportu lotniczego z innymi środkami transportu.

Cel operacyjny 5.2 Rozwój obszarów wiejskich.

Ze względu na znaczny udział obszarów rolniczych w Wielkopolsce wymagane jest wsparcie procesów rozwojowych oraz wzmocnienie funkcji pozarolniczych w ścisłym powiązaniu ze specyficznymi potencjałami lokalnymi. Szczególne znaczenie dla realizacji tego celu ma przede wszystkim aktywizacja lokalnych środowisk na rzecz rozwoju. Działania te podejmowane będą przede wszystkim poprzez:

- wzmocnienie kapitału ludzkiego i rozwój edukacji,
- wsparcie sektorów pozarolniczych oraz wzmocnienie endogenicznej bazy ekonomicznej,
- rozwój turystyki, w tym turystyki wiejskiej i agroturystyki,

- propagowanie i wdrażanie idei odnowy wsi,
- promocję i ochronę dziedzictwa kulturowego wsi.

Cel operacyjny 5.4 Wsparcie terenów wymagających restrukturyzacji, odnowy i rewitalizacji.

Ze względu na niewłaściwe funkcje wybranych obszarów istnieje konieczność szczególnego wsparcia terenów przemysłowych, powojkowych, poeksploatacyjnych i powydobywczych oraz dzielnic miast będących w zastoju. Cel ten będzie realizowany przede wszystkim w oparciu o:

- kompleksowe, zintegrowane programy rewitalizacji obejmujące instrumenty stosowane w ramach innych celów, ukierunkowane na specyficzną sytuację na tych obszarach,
- modernizację oraz lepsze wykorzystanie linii wąskotorowych regionu dla potrzeb turystyki.

Cel operacyjny 6.9 Tworzenie warunków dla ekspansji gospodarki województwa na rynki zewnętrzne.

Warunki do ekspansji mają na celu zwiększenie konkurencyjności naszej gospodarki, wzmocnienie gospodarczego wizerunku regionu oraz wzrost jego krajowego i międzynarodowego znaczenia. Cel ten będzie realizowany poprzez następujące kierunki działań:

- poprawę wizerunku i rozpoznawalności regionu,
- wzmocnienie pozycji Wielkopolski jako lidera targów, konferencji i wyjazdów motywacyjnych oraz turystyki biznesowej,
- wsparcie udziału rodzimych przedsiębiorców w targach, misjach i wystawach;
- rozwój marketingu terytorialnego.

Cel operacyjny 6.12 Rozwój „srebrnego” sektora gospodarki

„Srebrnym” sektorem gospodarki określa się dziedziny mające wpływ na polepszenie warunków życia ludzi. Do najważniejszych zaliczono: budownictwo i mieszkalnictwo, infrastrukturę transportową, usługi na rzecz jakości życia (kultura, rekreacja, turystyka, sport, media, telekomunikacja), jak również usługi w zakresie zdrowia i usługi socjalne. Cel ten będzie realizowany przede wszystkim poprzez następujące kierunki działań:

- stworzenie koncepcji „srebrnego sektora” w Wielkopolsce oraz planu działań na rzecz jego rozwoju,
- tworzenie instrumentów wsparcia przedsiębiorczości i innowacyjności „srebrnego” sektora gospodarki.

Cel operacyjny 6.13 Rozwój biznesu i usług zdrowotnych

Opieka zdrowotna to nie tylko powszechnie znany system ubezpieczania zdrowotnego, ale również potencjalnie duży sektor gospodarki rynkowej. Dlatego za najważniejsze kierunki (umożliwiające również wpływ na turystykę krajową i zagraniczną) należy przyjąć:

- rozbudowę infrastruktury dla promocji zdrowego stylu życia,
- rozbudowę ogólnodostępnej oraz komercyjnej infrastruktury aktywnego odpoczynku,
- tworzenie wyspecjalizowanych ośrodków rehabilitacji, rekreacji i odnowy biologicznej,

- wykorzystanie naturalnych warunków środowiska dla zdrowia, rekreacji i wypoczynku,
- rozbudowę infrastruktury dla turystyki medycznej,
- rozbudowę infrastruktury uzdrowiskowej.

Cel operacyjny 8.7 Kształtowanie skłonności mieszkańców do zaspokajania potrzeb wyższego rzędu

Możliwości zaspokajania potrzeb wyższego rzędu również wpływają na konkurencyjność regionu. Zliczono do nich: uprawianie sportu, turystyki i rekreacji, udział w kulturze oraz skłonność do zdrowego życia. Dlatego za najbardziej istotne kierunki działania obrano:

- inwestycje poprawiające stan infrastruktury kultury, sportu i rekreacji, bez barier dla osób niepełnosprawnych i starszych,
- inwestycje w przedsiębiorstwa świadczące usługi w zakresie kultury, sportu i rekreacji,
- wspieranie wzrostu czynnego lub biernego udziału kultury w życiu mieszkańców,
- programy aktywizujące mieszkańców dla sportu i rekreacji,
- aktywizację i wsparcie pozarządowych podmiotów oraz organizacji turystycznych i kulturalnych,
- odbudowę i utrzymanie materialnego dorobku kultury i dziedzictwa regionu.

Cel operacyjny 9.2 Budowa wizerunku województwa i jego promocja

Wielkopolska jest regionem dobrze rozpoznawalnym lecz kojarzonym przede wszystkim z Poznaniem. Dlatego, w celu zwiększenia rozpoznawalności i wyróżnienia tego obszaru na tle innych regionów, jako nowoczesne i kreatywne miejsce w którym warto pracować, mieszkać i inwestować, za najważniejsze kierunki działania uznano:

- przygotowanie i realizacja projektów kompleksowej promocji województwa,
- przygotowanie i realizacja projektów promocji dziedzictwa kulturowego i walorów turystycznych Wielkopolski,
- wsparcie dla organizacji wydarzeń kulturalnych i sportowych o znaczeniu regionalnym i międzynarodowym,
- wsparcie dla organizacji lokalnych wydarzeń kulturalnych i sportowych o charakterze cyklicznym,
- tworzenie, rozwój i promocja regionalnych, zwłaszcza markowych, produktów turystycznych, w tym takich produktów, jak Wielkopolska Piastów obejmującego Szlak Piastowski czy Szlak Cysterski,
- promocję regionalnych produktów spożywczych,
- realizację projektu „Wielkopolska Brand”,
- rozwój struktur organizacyjnych turystyki i zasobów ludzkich, w tym kształcenie i podnoszenie kwalifikacji kadr turystycznych,
- promocję odpowiedzialnej społecznie i zrównoważonej działalności kulturalnej i turystycznej,
- eksponowanie tożsamości regionalnej,
- wsparcie organizacji pozarządowych działających na rzecz promocji województwa,

- modernizację oraz lepsze wykorzystanie linii wąskotorowych regionu dla potrzeb turystyki,
- umacnianie międzynarodowej współpracy regionalnej województwa,
- działalność Biura Informacyjnego Województwa Wielkopolskiego w Brukseli.

Kolejnym dokumentem o charakterze regionalnym jest **Wielkopolski Regionalny Program Operacyjny**, który w zakresie zachowania i ochrony środowiska naturalnego oraz wspierania efektywnego gospodarowania zasobami wydzielono następujące działania:

- Zachowanie, ochrona, promowanie i rozwój dziedzictwa naturalnego i kulturowego,
- Ochrona i przywrócenie różnorodności biologicznej, ochronę i rekultywację gleby oraz wspieranie usług ekosystemowych, także poprzez program „Natura 2000” i zieloną infrastrukturę,
- Podejmowanie przedsięwzięć mających na celu poprawę stanu jakości środowiska miejskiego, rewitalizację miast, rekultywację i dekontaminację terenów przemysłowych (w tym terenów powojaskowych), zmniejszenie zanieczyszczenia powietrza i propagowanie działań służących zmniejszeniu hałasu.

Plan zagospodarowania przestrzennego województwa wielkopolskiego kładzie bardzo duży nacisk na wyznaczenie i zagospodarowanie stref rekreacyjnych. Przyjęty kierunek działań wynika przede wszystkim z faktu ograniczonego wachlarza form rekreacji jakimi dysponuje Wielkopolska. Stąd też zaplanowane w dokumencie strefy mają dawać podstawy do rozwoju rekreacji. Podstawowymi przesłankami ku temu będą:

- okolice Poznania oraz miast ponadregionalnych i regionalnych jako obszary, gdzie wzrastać będzie udział zagospodarowania związanego z masowym wypoczynkiem weekendowym (kąpieliska, urządzenia dla turystyki pieszej i rowerowej, dla różnych rodzajów sportów: jeździectwa, golfa, tenisa, żeglarstwa, narciarstwa itp.),
- obszary położone z dala od dużych ośrodków miejskich, atrakcyjne przyrodniczo i krajobrazowo, które mogą być przeznaczone dla wypoczynku pobytowego, zarówno masowego, jak i indywidualnego,
- tereny leśne, na których rozwijać mogą się popularne formy wypoczynku, takie jak łowiectwo i zbieractwo,
- największe jeziora województwa, które kwalifikują się do uprawiania sportów wodnych, a rzeki – do spływów kajakowych oraz uprawiania żeglugi na jachtach motorowych,
- obszary o urozmaiconej rzeźbie oraz obszary pokopalniane w okolicach Konina i Turku, które pozwalają na przystosowanie ich do uprawiania turystyki kwalifikowanej i ekstremalnej,

- miejscowości najciekawsze pod względem zasobów dziedzictwa kulturowego oraz historyczne szlaki przechodzące przez obszar województwa – atrakcje, które przyciągać będą turystów indywidualnych oraz zorganizowane grupy, w tym grupy pątnicze.

Ostatnim dokumentem w sposób zasadniczy powiązany z turystyką jest **Strategia rozwoju aglomeracji metropolitalnej**, która w swojej podstawowej treści wskazuje konieczność posiadania metropolitalnej oferty turystycznej. Znajdować to powinno odniesienie w tworzeniu metropolitalnych produktów turystycznych, budowie wspólnego systemu informacji turystycznej oraz zintegrowanej promocji. Do najważniejszych proponowanych działań należy zaliczyć:

- zintegrowany system monitoringu i oceny rozwoju funkcji turystycznej,
- kompleksowy system informacji i promocji turystycznej,
- zintegrowany produkt turystyki biznesowej,
- zintegrowane produkty turystyki kwalifikowanej (aktywnej), kulturowej oraz rekreacji.

Kolejne dokumenty o charakterze wojewódzkim są już planami ukierunkowanymi. Do najważniejszych, mających bezpośrednią styczność z możliwościami rozwoju turystyki w Wielkopolsce, należy zaliczyć: Program ochrony środowiska, dokumenty programowe dotyczące wzrostu znaczenia i atrakcyjności drogi wodnej E70 oraz Program opieki nad zabytkami.

Program ochrony środowiska w województwie wielkopolskim wskazuje kierunki działań z perspektywą do roku 2023. W ramach kierunków rozwoju, przyczyniających się w sposób istotny do rozwoju turystyki, należy wymienić:

- rozbudowę systemu obszarów chronionych w województwie wielkopolskim,
- wzmocnienie znaczenia ochrony różnorodności biologicznej i krajobrazowej w planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym,
- promowanie postaw opartych na idei zrównoważonej i odpowiedzialnej konsumpcji.

Strategia programowa MDW E70 na terenie województwa wielkopolskiego do najważniejszych działań operacyjnych przyczyniających się do rozwoju turystyki zalicza:

- budowę turystycznych portów bazowych w Czarnkowie i Ujściu,
- budowę przystani turystycznych w Drawsku i Wieleniu,
- budowę sieci mniejszych przystani i pomostów cumowniczych umożliwiających wygodne i bezpieczne uprawianie wszystkich form żeglugi turystycznej na wielkopolskim w odcinku MDW E70 w powiązaniu z Wielką Pętlą Wielkopolski,
- budowę infrastruktury turystycznej przy śluzach na Noteci skanalizowanej,
- likwidację przeszkód nawigacyjnych: krzyżówek energetycznych, linii telekomunikacyjnych, pozostałości mostów itp.,

- udrożnienie dolnego odcinka Gwdy (Piła – Ujście) dla ruchu niewielkich jednostek turystycznych (do 15 m dł.),
- rewitalizację stref nadwodnych w Wieleniu, Czarnkowie i Ujściu poprzez budowę obiektów rekreacyjnych, sportowych, kulturalnych i rozrywkowych powiązanych funkcjonalnie z dostępem do drogi wodnej, zakomponowanych i zaprojektowanych jako całościowe założenia krajobrazowo-architektoniczne,
- budowę systemu ścieżek rowerowych wzdłuż Noteci,
- utworzenie i prowadzenie punktów informacji turystycznej w portach w Krzyżu, Wieleniu, Czarnkowie i Ujściu,
- wspieranie wyspecjalizowanych form turystyki i rekreacji, wykorzystujących walory przyrodnicze i kulturowe regionu.

Dodatkowym uszczegółowieniem jest **Analiza popytu na przewozy ładunków i pasażerów drogą wodną E-70**, która skupia uwagę w zakresie niewykorzystanego potencjału województwa wielkopolskiego w zakresie komunikacji zbiorowej, a tym samym wdrożenia koncepcji tramwajów wodnych. W okresie letnim przewozy takie stanowiłyby dodatkową atrakcję turystyczną. Jednocześnie w dokumencie wskazano, że w krajach Europy Zachodniej do najbardziej znaczących i jednocześnie do relatywnie stabilnych rynków przewozów turystycznych należy segment przewozów, podczas których turysta jest tylko pasażerem, a czas rejsu nie przekracza jednego dnia. Wyższą dynamiką przewozów, w odróżnieniu od segmentu rynku jednodniowych przewozów turystycznych, charakteryzuje się natomiast segment przewozów turystycznych tam i z powrotem, z zawijaniem do portów pośrednich, które realizowane są odpowiednio wyposażonymi statkami hotelowymi z miejscami noclegowymi.

Tendencje te stwarzają szansę rozwoju turystyki w regionach o zróżnicowanym klimacie, lecz atrakcyjnych przyrodniczo i posiadających bogatą sieć śródlądowych dróg wodnych, pod warunkiem jednak, że na drogach tych zapewnione zostaną stałe, przewidywalne warunki nawigacyjne. Dlatego, poprzez wzmocnienie najważniejszych czynników geograficzno-przyrodniczych, sprzyjających turystycznej aktywizacji śródlądowych dróg wodnych w Polsce, można poszukiwać sposobów szerszego wykorzystania śródlądowych dróg wodnych również w Wielkopolsce. Ze względu na region, jakim jest województwo wielkopolskie, i poniższe czynniki:

- rozwiniętą sieć dróg wodnych dostępną dla turystyki, ze względu na niewielkie i bardzo zróżnicowane wymagania stawiane drogom wodnym o znaczeniu turystycznym,
- położenie znacznej części śródlądowych dróg wodnych w rejonach atrakcyjnych turystycznie,
- unikatowość niektórych szlaków wodnych i budowli hydrotechnicznych,

znaczną część działań skierowano na rozwój właśnie turystyki śródlądowej. Dlatego do najważniejszych kierunków zaliczono przygotowanie lokalizacji portów i przystani turystycznych⁸⁶.

Program opieki nad zabytkami wskazuje nieodzowne połączenie kultury z turystyką i ich wzajemne relacje. Dlatego wszystkie przyjęte kierunki bezpośrednio się nawzajem przenikają. Do najważniejszych celów tego dokumentu należy zaliczyć:

Cel 1 - Działania zmierzające do poprawy stanu zachowania zabytków:

- poprawa stanu zachowania, modernizacja, rozbudowa i konserwacja obiektów zabytkowych będących własnością Samorządu Województwa Wielkopolskiego,
- dofinansowanie prac konserwatorskich, restauratorskich i robót budowlanych prowadzonych przy obiektach wpisanych do rejestru zabytków położonych na terenie województwa wielkopolskiego,
- gromadzenie wiedzy o regionie, odtwarzanie i upowszechnianie zanikających odrębności regionalnych.

Cel 2 - Ochrona zabytków z uwzględnieniem krajobrazu kulturowego i dziedzictwa archeologicznego:

- ochrona stanowisk archeologicznych, obiektów zabytkowych, panoram widokowych założeń urbanistycznych, dominat krajobrazowych, cennych założeń zieleni, szlaków kulturowych poprzez odpowiednie zapisy w planie wojewódzkim zagospodarowania przestrzennego.

Cel 3 - Podejmowanie działań zwiększających atrakcyjność zabytków:

- wspieranie działań na rzecz wpisania na listę Pomników Historii szczególnie cennych obiektów zabytkowych z terenu województwa,
- wspieranie inicjatywy na rzecz wpisania „Pradoliny Noteci” na Listę Światowego Dziedzictwa Kulturowego i Przyrodniczego Ludzkości UNESCO.

Cel 4 - Promocja dziedzictwa kulturowego województwa wielkopolskiego:

- promocja muzeów prowadzonych przez Samorząd Województwa Wielkopolskiego,
- promowanie wiedzy o zabytkach archeologicznych na terenie województwa,
- wspieranie inicjatyw promujących Szlak Piastowski,
- promocja Wzgórza Lecha w Gnieźnie jako Znak Dziedzictwa Europejskiego,
- promocja już istniejących Pomników Historii położonych na terenie województwa,
- wspieranie inicjatyw promujących międzynarodowe szlaki kulturowe: św. Jakuba, Cysterski, Romański,
- wspieranie Europejskich Dni Dziedzictwa,
- wspieranie wydawnictw promujących dziedzictwo wielkopolskie,

⁸⁶ część inwestycji została już zrealizowana (np. przystań rzeczna i promenada w Ujściu, Przystań Yndzel w Drawsku, Marina w Czarnkowie)

- wydawanie regionalnych publikacji,
- wspieranie wydawania regionalnych publikacji.

Cel 5 - Upowszechnianie wiedzy o regionie:

- wspieranie organizacji imprez, widowisk, wydarzeń artystycznych i folklorystycznych, mających na celu promocję bogactwa kulturowego (w tym niematerialnego dziedzictwa) Wielkopolski.

W skali lokalnej, tzn. w aspekcie miast, gmin czy powiatów problematyka, rozwoju turystyki jest rozważana w szeregu dokumentów ogólnych jak i strategicznych, przede wszystkim:

- studiach uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego
- strategiach rozwoju gmin i miast
- strategiach zrównoważonego rozwoju
- planach rozwoju lokalnego
- programach operacyjnych i planach inwestycyjnych, w tym w sferze gospodarki turystycznej
- lokalnych programach rewitalizacji terenów miejskich.

Charakter tych dokumentów zakłada realizację poszczególnych zadań mających przysłużyć się do rozwoju między innymi turystyki. Do najczęściej przyjętych kierunków działań (bez uwzględniania rodzaju dokumentu) należą:

- rozwój szeroko rozumianej turystyki (agroturystyki, turystyki zrównoważonej, budowa szlaków i dróg rowerowych, wprowadzanie nowych elementów zagospodarowania turystycznego);
- ochrona dziedzictwa kulturowego,
- promocja miasta/gminy/powiatu,
- rozwój wyróżniających się produktów turystycznych.

Podsumowując, można stwierdzić, że niezależnie, czy obszar charakteryzuje się znaczną atrakcyjnością turystyczną, przeciętną czy też zdecydowanie niższą, władze samorządowe każdorazowo próbują wskazać jego znaczenie na mapie województwa wielkopolskiego czy nawet Polski. Każdorazowo również, w mniej lub bardziej zaawansowany sposób, akcentuje się konieczność podejmowania działań w kierunku rozwoju turystyki.

5 Problemy / bariery związane z rozwojem turystyki w województwie wielkopolskim (w tym dostępność dla osób z niepełnosprawnościami)

W identyfikacji głównych czynników ograniczających rozwój turystyki w Wielkopolsce uwzględniono wyniki analizy dokumentów, których zapisy wiążą się z rozwojem sektora turystyki na poziomie krajowym oraz regionalnym, jak również dane przesłane bezpośrednio z poszczególnych

powiatów województwa wielkopolskiego. Do podstawowych można współcześnie zaliczyć ograniczenia:

- polityczno-prawne,
- finansowe (ekonomiczne),
- infrastrukturalne,
- społeczne, demograficzne,
- geograficzne (lokalizacyjne, zasobów turystycznych, stanu środowiska przyrodniczego),
- organizacyjne, informacyjne.

(1) Bariery polityczno-prawne

Prawo w turystyce, stanowiące kombinację najważniejszych gałęzi prawa (m. in. cywilnego, karnego, administracyjnego), wywiera znaczący wpływ na podmioty uczestniczące w rynku usług turystycznych – zarówno konsumentów, jak i przedsiębiorców. Kształt norm prawnych w zakresie turystyki jest podyktowany polityką państwa, która, nieumiejętnie prowadzona, może skutkować zahamowaniem rozwoju gospodarki turystycznej względem regionów turystycznych (krajowych, jak i europejskich). Ze względu na bariery polityczno-prawne wpływające na rozwój turystyki zarówno w województwie wielkopolskim, jak i w całym kraju, można wyszczególnić następujące problemy:

- niespójność i nadmiar przepisów prawa (inflacja przepisów),
- niesprzyjający system prawny w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej,
- problem zabezpieczeń finansowych organizatorów turystyki i pośredników turystycznych,
- niska wiedza w zakresie uregulowań prawnych dotyczących turystyki,
- niesprzyjająca polityka państwa w zakresie współpracy pomiędzy podmiotami wpływającymi na kształt polskiej gospodarki turystycznej.

Niespójność i nadmiar przepisów prawa stanowi główny problem, zarówno na płaszczyźnie krajowej, jak i regionalnej. Do czynników ograniczających rozwój turystyki należą m.in. uwarunkowania prawne związane z ochroną środowiska kulturowego i przyrodniczego. Ochrona zasobów przyrodniczych odnosi się zarówno do utrzymania różnorodności biologicznej, jak i wykorzystania zasobów naturalnych. Systemowe zmiany wymagają dostosowania prawodawstwa polskiego do norm UE w zakresie gospodarki wodnej i gospodarki odpadami, zmian w zarządzaniu obszarami chronionymi (problem braku zintegrowanych planów ochrony przyrody) oraz doskonalenia procedur dotyczących zgłaszania i usuwania szkód w środowisku przyrodniczym. Nie bez znaczenia pozostaje także aspekt sytuacji prawnej polskich zabytków, w szczególności nadmierna prywatyzacja nieruchomości zabytkowych, bardzo często skutkująca ograniczeniem ich dostępu dla potencjalnego turysty. Do częstych problemów, wynikających z braku zintegrowanych planów

zagospodarowania przestrzennego, należy także zarządzanie przestrzenią. Utrudnienia w rozwoju gospodarki turystycznej stanowią ponadto skomplikowane procedury prawne. Ograniczają one możliwość otrzymania finansowania zewnętrznego, rozwoju inwestycji infrastrukturalnych, uzyskiwania wymaganych pozwoleń, jak również dotyczą spełniania warunków w zakresie ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. - Prawo zamówień publicznych (Dz.U. z 2013 r. poz. 907 z późn. zm.).

Istotną barierą są również trudności w interpretacji przepisów odnoszących się do partnerstwa publiczno-prywatnego. Zgodnie z *Raportem Rynku PPP „brak optymalnych rozwiązań prawnych”*⁸⁷ stanowi główną barierę zaangażowania podmiotów publicznych w projekty publiczno-prywatne, które potencjalnie mogłyby przyspieszyć rozwój regionów. Według danych zawartych w *Raporcie* liczba wszczętych postępowań dotyczących realnych projektów w okresie 1.01.2009-30.09.2013 r. w województwie wielkopolskim wynosiła 25, z czego jedynie 4 zakończyły się podpisaniem umowy (odpowiednio dla porównania: małopolskie 39 wszczętych – 8 podpisanych, mazowieckie 34 wszczętych – 8 podpisanych, śląskie 21 wszczętych – 11 podpisanych, pomorskie 12 wszczętych – 11 podpisanych). Aktywność województwa wielkopolskiego w porównaniu z innymi samorządami wypada zatem relatywnie słabo. Niemniej jednak, należy zaznaczyć, że w Wielkopolsce realizowane są projekty o największej wartości, szczególne znaczenie mają tu projekty wykonywane na terenie Poznania (m.in. poznańska spalarnia odpadów, projekt wsparty ze środków Funduszu Spójności).

Sprzyjające **warunki prawne prowadzenia działalności gospodarczej** niewątpliwie wpływają na jakość i szybkość rozwoju gospodarki turystycznej. Ponieważ polska branża turystyczna cechuje się dużym rozdrobieniem rynku, przy jednoczesnej intensywnej konkurencji zewnętrznej, ukierunkowanie polityki państwa na uatrakcyjnienie prowadzenia działalności gospodarczej, a także samozatrudnienie, jest rzeczą niezwykle istotną. Analiza problemów występujących zarówno w skali krajowej, jak i regionalnej wykazała, że najczęściej wskazywanym utrudnieniem dla przedsiębiorców jest **brak jasności przepisów prawnych w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej**. Do najważniejszych barier należą: wymogi formalne jakie należy spełnić przy rozpoczynaniu, jak i prowadzeniu działalności gospodarczej, skomplikowane przepisy prawa podatkowego, wysokie podatki i składki na ubezpieczenia społeczne, nieelastyczne prawo pracy, trudności w pozyskiwaniu środków unijnych, przewlekłość postępowań sądowych (wydłużenie drogi pozyskiwania należności od kontrahentów) oraz niedostosowanie systemu edukacji do zapotrzebowania rynku turystycznego (brak wykwalifikowanych pracowników). Przepisy dotyczące prowadzenia działalności gospodarczej powinny być dostosowane do rozwoju gospodarczego. Polska na arenie międzynarodowej cechuje się

⁸⁷ Rynek partnerstwa publiczno-prywatnego 2009-30.IX.2013 r. – Raport Rynku PPP. Ocena obecnego stanu i perspektyw finansowego zaangażowania sektora prywatnego i publicznego w rozwój partnerstwa publiczno-prywatnego w Polsce, Warszawa 2013, <http://bazapppp.gov.pl/static/uploads/raportrynkuppp.pdf> [dostęp: 2014.09.03].

niskim poziomem innowacyjności i wykorzystania nowoczesnych technologii, a restrykcyjne przepisy zasadniczo ograniczają możliwości inwestowania w innowacyjne rozwiązania, które są obarczone ryzykiem braku sukcesu.

Istotną kwestią formalno-prawną jest także **problem zabezpieczeń finansowych**, jakie muszą posiadać organizatorzy turystyki i pośrednicy turystyczni. Jest on obecnie przedmiotem rozmów w zakresie zmiany obowiązujących przepisów i ulepszenia systemu zabezpieczenia interesu klientów biur podróży, które ogłosiły niewypłacalność.

W aktualnie obowiązującej ustawie o usługach turystycznych wprowadzono art. 5a, zgodnie z którym, w przypadku niewypłacalności organizatora turystyki lub pośrednika turystycznego, do zadań marszałków województw lub wskazanych przez nich jednostek upoważnionych do wydawania dyspozycji wypłaty zaliczki na pokrycie kosztów powrotu klientów do kraju, o której mowa w art. 4, należą działania związane z organizacją powrotu klientów z imprezy turystycznej do miejsca wyjazdu lub planowanego powrotu z imprezy turystycznej, jeżeli organizator turystyki lub pośrednik turystyczny, wbrew obowiązkowi, nie zapewnia tego powrotu. Jakkolwiek zapis ten reguluje wątpliwą do tej pory kwestię, niemniej w dalszym ciągu nie wskazano rozwiązania na wypadek, gdyby zabrakło środków z zabezpieczenia finansowego niewypłacalnego biura.

Do tej pory marszałkowie zwyczajowo podejmowali się działań związanych z kompleksową organizacją powrotu turystów niewypłacalnego biura do kraju, korzystając w miarę możliwości z pomocy samego organizatora turystyki i wykorzystując na ten cel środki dostępne z zabezpieczeń finansowych takiego przedsiębiorcy. W 2012 roku, z uwagi na niewystarczające środki z umowy gwarancji ubezpieczeniowej niewypłacalnego biura ALBA TOUR Polska Sp. z o.o. i zniknięcie samego przedsiębiorcy, działania związane ze świadczeniem pomocy dla klientów tego biura pozostających za granicą zostały dofinansowane ze środków własnych województwa wielkopolskiego kwotą 260.486,68 zł⁸⁸, co zostało jednak ostatecznie zakwestionowane przez sąd.

Aktualnie obowiązujące przepisy nie gwarantują klientom niewypłacalnych biur podróży pewności co do otrzymania pełnego zwrotu wpłaconych pieniędzy, co jest niezgodne z Dyrektywą Rady z dnia 13 czerwca 1990 r. w sprawie zorganizowanych podróży, wakacji i wycieczek (90/314/EWG)⁸⁹. Zgodnie z art. 7 Dyrektywy „*Na wypadek swojej niewypłacalności organizator i/lub punkt sprzedaży detalicznej, będący stroną umowy, powinni zapewnić dostateczne zabezpieczenie umożliwiające zwrot nadpłaconych pieniędzy oraz powrót konsumenta z podróży*”.

Kolejne ograniczenie dla rozwoju turystyki w Wielkopolsce stanowi **niski poziom wiedzy i świadomości prawnej uczestników rynku turystycznego**, który skutkuje odbiorem przepisów

⁸⁸ Zarząd Województwa Wielkopolskiego, Sprawozdanie z wykonania budżetu województwa wielkopolskiego za 2012 rok, Poznań 2013

⁸⁹ Cybula P., 2012, *Usługi turystyczne. Komentarz*, LEX 2012.

prawnych jako niejasnych i niespójnych. Aspekt ten dotyczy nie tylko konsumentów usług turystycznych, którzy potencjalnie stają się słabszym ogniwem w stosunkach konsument – przedsiębiorca, ale przede wszystkim podmiotów profesjonalnych, czyli przedsiębiorców oraz organizacji rządowych i pozarządowych zajmujących się turystyką. Zwiększenie wiedzy z zakresu prawa, jak również umiejętność jej praktycznego wykorzystania stanowi w zasadzie częściowe remedium na ograniczenie negatywnego wpływu inflacji przepisów prawa.

Na **politykę państwa** w zakresie gospodarki turystycznej składa się wiele powiązanych ze sobą czynników. W celu jej usprawnienia, zmian wymagają istniejące przepisy prawne. Obejmować one powinny dostosowanie przepisów do wymogów prawodawstwa UE oraz ułatwienie prowadzenia działalności gospodarczej. Analiza dokumentów (tab. 53) wykazuje, że opracowania dotyczące turystyki tworzone na poziomie krajowym nie zawierają konkretnych rozwiązań odnośnie potrzeb regionalnych. Zarówno na poziomie krajowym, jak i regionalnym występuje brak istotnych zmian w zarządzaniu turystyką, zmierzających w kierunku integracji działań w obszarze dotyczącym gospodarki turystycznej. Istotnym jest także problem współpracy w zakresie turystyki, obejmującej wspólne działania pomiędzy jednostkami samorządu terytorialnego, organizacjami turystycznymi oraz podmiotami świadczącymi usługi turystyczne. Na niski poziom współpracy przedstawiciele branży turystycznej zwracają uwagę także autorzy *Strategii rozwoju turystyki dla Powiatu Gnieźnieńskiego z ujęciem produktów turystycznych na lata 2008 – 2020*, wskazując między innymi brak skonsolidowanych pakietów i ofert turystycznych. Podkreślają jednocześnie „brak umiejętności i chęci współpracy pomiędzy sektorem prywatnym i publicznym”⁹⁰. Problemem okazują się także bariery występujące podczas współpracy pomiędzy gminami i województwami (dotyczy on między innymi funkcjonowania szlaków turystycznych, w tym Szlaku Piastowskiego znajdującego się na terenie województw wielkopolskiego i kujawsko-pomorskiego⁹¹). Brak lub niezadowalający rozwój współpracy między jednostkami samorządu terytorialnego, organizacjami i przedsiębiorstwami turystycznymi, przyczynia się do dużego „rozdrobienia” i dezintegracji branży turystycznej. W Wielkopolsce nadal brak jest dużych wewnętrznych konsorcjów (klastrów) turystycznych zrzeszających podmioty świadczące usługi turystyczne, „zogniskowane” wokół określonych produktów, a przez to zwiększające swoją konkurencyjność zewnętrzną (ponadregionalną). Badania

⁹⁰ Gnieźnieńska Agencja Rozwoju Gospodarczego Sp. z o.o., *Strategia rozwoju turystyki dla Powiatu Gnieźnieńskiego z ujęciem produktów turystycznych na lata 2008 – 2020*, Gniezno 2007.

⁹¹ Realizacja „Strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim na lata 2007-2013”. ANKIETA. Materiały archiwalne udostępnione przez Urząd Marszałkowski Województwa Wielkopolskiego, lipiec-wrzesień 2014 r.

przeprowadzone w południowej części Wielkopolski⁹², dotyczące nastawienia przedsiębiorców turystycznych do współpracy w formie klastra wykazały, że głównym problemem ograniczającym chęć współpracy jest nieufność wobec potencjalnych partnerów. Niezbędne jest wprowadzenie uregulowań prawnych, dotyczących funkcjonowania klastra oraz określenie jednoznacznych warunków rozliczeń podmiotów działających w strukturze sieci współpracy (z Urzędem Skarbowym, ZUS-em, czy innymi kontrahentami). Problemem okazuje się także brak współpracy w zakresie polityki społecznej oraz krótkookresowa polityka rozwoju społeczno-gospodarczego prowadzona przez jednostki samorządu terytorialnego. Stan ten utrudnia realizację celów przyjmowanych w strategii rozwoju turystyki tak na poziomie regionalnym, jak i lokalnym, ponieważ ich osiągnięcie zależy od zaangażowania wszystkich interesariuszy (zarówno prywatnych przedsiębiorstw, organizacji turystycznych, jak i władz samorządowych)⁹³. Wymienione problemy nie stanowią wyczerpującej analizy stanu polityczno-prawnego, wpływającego na gospodarkę turystyczną w Wielkopolsce. Wskazują jednak najważniejsze aspekty, uwzględnione w dokumentach o znaczeniu krajowym oraz regionalnym (tab. 53 oraz tab. 54).

(2) Bariery finansowe (ekonomiczne)

Bariery dotyczące kwestii finansowania stanowią fundamentalny problem rozwoju turystyki, tak na płaszczyźnie krajowej, jak i regionalnej. Mają znaczący wpływ na rozwój gospodarczy kraju, jak również są motorem zmian infrastrukturalnych. Do najważniejszych problemów ekonomicznych w obszarze turystyki należy zaliczyć:

- problem bezpieczeństwa finansów publicznych,
- szybko zmieniające się przepisy w sferze finansów publicznych,
- niedoinwestowanie,
- problemy w zakresie dostępu do finansowania zewnętrznego,
- zmiana przepisów unijnych w zakresie uzyskiwania dotacji.

Problem **wysokiego poziomu deficytu finansów publicznych** stanowi jedną z najważniejszych przyczyn niedofinansowania działań w zakresie gospodarki turystycznej. Główną barierą jest **nierównowaga finansów publicznych** (występowanie deficytów budżetowych), powodująca problem efektywnego i zintegrowanego wykorzystania środków publicznych. Należy zaznaczyć, że w latach 2007-2010 „deficyt sektora finansów publicznych w Polsce był wyższy od średniego w UE-27”⁹⁴, stąd

⁹² Zajadacz A., Śniadek J., 2010, *Klaster turystyczny jako forma współpracy podmiotów gospodarki turystycznej w powiecie leszczyńskim* [w:] *Gospodarka turystyczna w XXI wieku*, Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Handlu i Usług w Poznaniu, zeszyty Naukowe nr 19, 2010: 169 -181.

⁹³ Śniadek J., Zajadacz A., 2008, *Strategia rozwoju turystyki w Regionie Leszczyńskim*, Wyd. PWSZ w Lesznie, Leszno.

⁹⁴ Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, *Strategia Rozwoju Kraju 2020*, Warszawa 2012.

też najważniejszym zadaniem jest obecnie konsolidacja finansów publicznych. Nierównomierne nakłady na turystykę związane są m.in. z sytuacją finansową jednostek samorządów terytorialnych (dysproporcjami w ich dochodach). Przyczyniają się one do spadku wydatków na promocję oraz niedoinwestowanie poszczególnych obszarów woj. wielkopolskiego. Dysproporcje te utrudniają także współpracę pomiędzy gminami, powiatami w zakresie tworzenia wspólnych produktów sieciowych czy wspólnych działań marketingowych. Zgodnie z danymi udostępnionymi przez Ministerstwo Sportu i Turystyki - „Wydatki samorządów wojewódzkich, powiatowych, miast na prawach powiatu oraz gmin dla działu 630 – „Turystyka” w latach 2007-2011 uległy bardzo dynamicznemu wzrostowi. Na początku analizowanego okresu wyniosły zaledwie 201 mln, w 2008 r. nieznacznie spadły do poziomu 194 mln zł, zaś w 2009 r. osiągnęły poziom 464 mln zł. Następnie w roku 2010 i 2011 uległy one kolejnemu zwiększeniu. W 2011 r. wyniosły 801 mln zł. Ogółem, w latach 2007-2011 wydatki jednostek samorządu terytorialnego (JST) wzrosły o ponad 599 mln zł – praktycznie czterokrotnie. Natomiast w 2012 r. zarejestrowano bardzo znaczący spadek wydatków do poziomu 646 mln zł (spadek wyniósł 19%)⁹⁵. Wskazuje to na dość duże wahania w zakresie finansowania działań dotyczących turystyki.

Istotnym czynnikiem wpływającym na sferę ekonomiczną gospodarki turystycznej jest **światowy kryzys ekonomiczny**, który od 2008 roku niekorzystnie oddziałuje na rynki usług. Pogłębiające się zubożenie społeczeństw potęguje zmniejszenie wpływów, jakie niesie gospodarka turystyczna. Problemem okazuje się zatem wrażliwość popytu turystycznego na czynniki zewnętrzne, gdzie turystyka jest swoistym barometrem gospodarczym społeczeństwa (im bogatsze społeczeństwo tym większe kwoty przeznaczają na korzystanie z ofert turystycznych). Główny Urząd Statystyczny w maju 2013 roku udostępnił notatkę informacyjną dotyczącą turystyki i wypoczynku w gospodarstwach domowych w 2013 roku⁹⁶. Dane zebrane w gospodarstwach domowych wyraźnie wskazują, że brak środków finansowych jest najważniejszą barierą w uczestnictwie w turystyce (26,7% przypadków)⁹⁷.

Kryzys ma także wpływ na wahania kursów walut, które mogą przyczynić się do finansowych problemów, a także upadku wielu organizatorów turystyki.

Źródłem problemów związanych z niedofinansowaniem działalności przedsiębiorstw turystycznych jest również **dostęp do finansowania zewnętrznego**. Na poziomie krajowym,

⁹⁵ Departament Turystyki, *Wydatki jednostek samorządu terytorialnego na turystykę w 2012 roku*, <http://www.msport.gov.pl/article/wydatki-jednostek-samorządu-terytorialnego-na-turystykę-w-2012-roku>, [dostęp: 2014.09.04].

⁹⁶ W badaniu za gospodarstwo aktywnie turystycznie uznano gospodarstwo, w którym przynajmniej jeden jego członek odbył w badanym okresie (1.10.2012 – 30.09.2013) chociaż jeden wyjazd turystyczny w kraju bądź poza jego granice, trwający co najmniej jedną dobę.

⁹⁷ Główny Urząd Statystyczny, Departament Badań Społecznych i Warunków Życia, *Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych w 2013 roku – notatka informacyjna*, 2014.

jak i regionalnym występują liczne wymogi proceduralne potrzebne, aby uzyskać dofinansowanie. Niemniej jednak, najbardziej znaczącą barierą jest niski poziom świadomości przedsiębiorców o istniejących możliwościach finansowania. Ubieganie się o dofinansowanie inwestycji wymaga śledzenia zachodzących zmian odnośnie źródeł i zasad finansowania. Nowa perspektywa (Fundusze Europejskie 2014-2020) wprowadza konkretyzację tematyczną funduszy, możliwość dwufunduszowych Regionalnych Programów Operacyjnych oraz większy wpływ samorządów na rozdysponowanie środków (około 40% funduszy polityki spójności trafi do samorządów). W podziale środków unijnych na programy regionalne województwo wielkopolskie zajmuje 3 miejsce (odpowiednio za woj. śląskim i woj. małopolskim) i otrzymało do rozdysponowania 2 450 206 417 Euro⁹⁸. Stwarza to zatem okazję dostępu małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP) do finansowania ukierunkowanego na rozwój innowacyjności i zwiększenia wykorzystania nowoczesnych technologii, wpływając zarazem na podwyższenie konkurencyjności i efektywnego rozwoju gospodarki regionu. Niewątpliwą barierą w wykorzystaniu środków unijnych jest jednakże skomplikowana procedura ich uzyskania oraz zmiana formy otrzymania funduszy, polegająca na zmniejszeniu liczby bezzwrotnych dotacji, na rzecz niskoprocentowanych pożyczek i gwarancji bankowych.

(3) Bariery infrastrukturalne

Problemy związane z niedofinansowaniem działań państwa na cele społeczne i gospodarcze, mają swoje realne przełożenie w sferze dotyczącej szeroko rozumianej infrastruktury, także turystycznej. Bariery infrastrukturalne dotyczące sektora turystyki, zarówno w skali krajowej, jak i regionalnej związane są z **rozwojem taniej bazy noclegowej, utrzymaniem i jakością infrastruktury społecznej oraz zdrowotnej, a także złym stanem urządzeń zabezpieczających środowisko przyrodnicze przed degradacją**. Na problemy związane z rozwojem infrastruktury wskazywano zarówno w analizowanych dokumentach (tab. 53), jak i bezpośrednio w materiałach przesłanych z poszczególnych powiatów (tab. 54). Za istotny problem, zarówno na poziomie krajowym, jak i regionalnym należy uznać dostępność komunikacyjną i związane z nią niewystarczające skomunikowanie Polski z innymi obszarami, zwłaszcza europejskimi. Niemniej ważną kwestią jest komunikacja wewnątrz krajowa, w szczególności słaba dostępność komunikacyjna linii północ-południe oraz wschód-zachód. Istniejąca koordynacja sieci drogowej i kolejowej z lotniskami i portami morskimi, przekładająca się na niezadowolający (zbyt długi) czas podróży, stanowi kolejną barierę infrastrukturalną kraju, zwłaszcza dla turystyki zagranicznej przyjazdowej. Z rozwojem infrastruktury transportowej związany jest jednak problem jej oddziaływania na stan środowiska

⁹⁸ Fundusze Europejskie 2014-2020 - informacje ogólne [w:] Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju, http://www.mir.gov.pl/fundusze/fundusze_europejskie_2014_2020/strony/start.aspx, [dostęp: 2014.09.04]

przyrodniczego (jakość powietrza atmosferycznego, emisja hałasu). Oddzielną kwestię stanowi **nikłe przystosowanie i wykorzystanie śródlądowych dróg wodnych** w celach komunikacyjnych i transportowych. Drogi śródlądowe odgrywają obecnie marginalne znaczenie w transporcie, zarówno pasażerskim, jak i śródlądowym. Od lat w Polsce ilość i jakość śródlądowych dróg utrzymuje się na jednakowym poziomie, który w 2013 roku wynosił 3655 km (w tym 214 km o znaczeniu międzynarodowym)⁹⁹. Analiza popytu na przewóz ładunków i pasażerów drogą wodną E-70 (śródlądowa droga wodna relacji wschód-zachód, obejmująca drogi wodne: Odra, Warta, Noteć, Kanał Bydgoski, Wisła, Nogat, Szkarpa oraz Zalew Wiślany) wyraźnie wskazuje duży potencjał drzemiący w wykorzystaniu wód śródlądowych, również w zakresie turystyki (m.in. „cruising” rzeczny, rejsy jednodniowe). Stąd, rewitalizacja śródlądowej drogi wodnej E-70 wymaga wsparcia.

Sytuacja w województwie wielkopolskim odzwierciedla problemy dotyczące infrastruktury transportowej i komunikacyjnej występujące w kraju. Przy czym charakterystyczne dla Wielkopolski są dysproporcje w rozmieszczeniu przestrzennym oraz brak spójności infrastruktury transportowej i komunikacyjnej. Niski poziom inwestycyjny w tym zakresie występuje na obszarach wiejskich, ponadto w północnej i południowej części województwa. Za przykład może posłużyć problem powiązań komunikacyjnych pomiędzy Północną Wielkopolską a pozostałymi częściami regionu. Wielkopolska nie tylko we wskazanym regionie posiada deficyty w zakresie połączeń komunikacyjnych wewnętrznych, ale przede wszystkim zewnętrznych (międzywojewódzkich).

Problem spójności wewnętrznej infrastruktury transportowej uwidacznia się przede wszystkim w braku integracji różnych rodzajów transportu, który spowodowany jest przez niewystarczającą liczbę połączeń – m.in. kolejowych, autobusowych, lotniczych, oraz niską jakością systemu sterowania ruchem i informacją. W wielu powiatach, w tym w gnieźnieńskim (w szczególności w odniesieniu do Szlaku Piastowskiego) zwracano uwagę na brak bądź niewystarczającą ilość połączeń PKP i PKS (tab. 54). Powstanie zintegrowanego i intermodalnego (wykorzystującego więcej niż jeden rodzaj transportu) systemu komunikacji zahamowane jest również poprzez niewykorzystywanie potencjału dróg wodnych oraz infrastruktury lotniskowej. Do aktualnych problemów należy także stan transportu zbiorowego, w szczególności jakość transportu kolejowego i zły stan infrastruktury dworcowej, gdzie duża jej część ulega dekapitalizacji. Województwo wielkopolskie zmagają się z problemem **slabego rozwoju sieci dróg ekspresowych** (od lat nierozwiązanym problemem jest poprawa komunikacji na linii Poznań - Wrocław zarówno kolejowej, jak i kołowej), złym stanem technicznym dróg, jak również **brakiem obwodnic i obiektów mostowych**. Zgodnie z danymi statystycznymi GUS województwo wielkopolskie prezentuje

⁹⁹ Główny Urząd Statystyczny-Urząd Statystyczny w Szczecinie, *Transport wodny śródlądowy w 2013 roku*, <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/transport-i-lacznosc/transport/transport-wodny-srodladowy-w-polsce-w-2013-r-,4,4.html>, [dostęp: 2014.09.05]

nieznaczny rozwój w zakresie dróg publicznych o nawierzchni twardej (w km) na 100 km² powierzchni województwa (2010-90,3; 2011-91,2; 2012-91,8). Ten sam problem dotyczy długości (w km) autostrad (2010-195,1; 2011-210,4; 2012-210,4)¹⁰⁰. Rozwój infrastruktury transportowej, w tym przypadku drogowej, następuje zbyt wolno w porównaniu z zapotrzebowaniem - zgodnie z danymi zawartymi w *Badaniu ruchu turystycznego w Wielkopolsce w roku 2011 i 2013 - wielkość, struktura oraz ocena jakości usług turystycznych i określenie turystycznego wizerunku Wielkopolski*, 3 na 4 respondentów podczas podróży po Wielkopolsce wybrało samochód (74,4%)¹⁰¹ jako środek transportu.

Jakość infrastruktury transportowej i komunikacyjnej w województwie wielkopolskim prezentuje **duże zróżnicowanie przestrzenne**, między innymi spowodowane dysproporcjami pomiędzy rozwojem aglomeracji poznańskiej a pozostałą częścią województwa. Przy czym, bariery w infrastrukturze transportowej i komunikacyjnej skutkują brakiem zrównoważonego rozwoju Wielkopolski i pogłębianiem nierówności. Analizując informacje zawarte w dokumentach – *Metropolia Poznań 2020 – Strategia Rozwoju Aglomeracji Poznańskiej* oraz *Strategia Rozwoju Miasta Poznania do roku 2030* można jednak stwierdzić, iż w Poznaniu występuje także wiele problemów związanych z transportem i komunikacją.

Do najważniejszych należą:

- brak zintegrowanego, wielofunkcyjnego transportu węzłowego,
- brak integracji taryfowo-biletowej pomiędzy różnymi przewoźnikami,
- brak dostosowania infrastruktury transportowej do potrzeb osób starszych i niepełnosprawnych,
- problem infrastruktury ruchu rowerowego (obecnie transport wewnątrz miasta obsługiwany jest jedynie przez 120 km ścieżek rowerowych¹⁰²),
- zahamowanie rozwoju Portu Lotniczego Ławica, związane głównie z ograniczeniem połączeń lotniczych po EURO 2012 (zgodnie z danymi statystycznymi odpowiednio zmniejszyła się liczba operacji lotniczych – 2012 - 25 261, 2013 - 20 602 oraz całkowitego ruchu pasażerskiego – 2012 - 1 595 221, 2013 - 1 355 056)¹⁰³.

Brak integracji taryfowo-biletowej pomiędzy przewoźnikami stanowi istotny problem komunikacyjny. Bariery okazuje się zatem konsolidacja systemów transportu zbiorowego poprzez

¹⁰⁰ Byszewska-Dawidek M., Radkowska B., *Turystyka Polska w 2012 roku. Układ Regionalny*, Warszawa 2013.

¹⁰¹ Badanie ruchu turystycznego w Wielkopolsce w roku 2011 i 2013 - wielkość, struktura oraz ocena jakości usług turystycznych i określenie turystycznego wizerunku Wielkopolska, www.wot.org.pl, [dostęp: 2014.09.04].

¹⁰² Załącznik do Uchwały Rady Miasta Poznania nr LXIV/1010/VI/2014 z dnia 18 marca 2014 r., *Badania i Opracowanie Planu Transportowego Aglomeracji Poznańskiej. Plan Zrównoważonego Rozwoju Publicznego Transportu Zbiorowego dla Miasta Poznania na lata 2014-2025*, Poznań 2014

¹⁰³ Poznań Airport, www.airport-poznan.com.pl [dostęp: 2014.08.28.].

zawieranie porozumień międzygminnych – obecnie zgodnie z danymi Zarządu Transportu Miejskiego w Poznaniu - bilet metropolitalny nie uprawnia do poruszania się po całym terenie powiatu poznańskiego¹⁰⁴. Problemu nie rozwiązuje także wprowadzenie 1 lipca 2014 roku systemu Poznańskiej Elektronicznej Karty Aglomeracyjnej (PEKA). Zakłada on co prawda kontynuację „współpracy instytucjonalnej pomiędzy gminami powiatu poznańskiego, a miastem Poznań”¹⁰⁵ (jednakże tylko na tym obszarze, z wyłączeniem reszty województwa). Projekt wprowadził elektroniczny system obsługi pasażera oraz taryfę przystankową, nie zlikwidował zatem problemu. Ocena jego działania wymaga jednak spojrzenia z większej perspektywy czasu. Na uwagę zasługuje także fakt braku prężnie funkcjonującego wspólnego biletu zakładającego współpracę kolei, PKS oraz komunikacji miejskiej, pogłębionej o wspólny system informacji pasażerskiej dla przewoźników gminnych i komunikacji miejskiej¹⁰⁶.

Istotnym utrudnieniem dla podróżnych przybywających do Poznania lub będących w podróży tranzytowej jest również **niefunkcjonalność nowego dworca PKP** (brak wygodnego połączenia hali głównej dworca z peronami, nieczytelne oznakowanie, chaos architektoniczny). Brak komfortu w podróży ma przełożenie na ogólne wrażenia dotyczące miasta, a w konsekwencji stopień zainteresowania pobytem w nim.

W wypowiedziach przedstawicieli powiatów (tab. 54) zwracano uwagę, że dla turysty granice administracyjne województwa, jak i wewnątrz województwa nie mają żadnego znaczenia, stąd niezbędna jest współpraca pomiędzy jednostkami samorządu terytorialnego w zakresie integracji działań związanych z budową i modernizacją infrastruktury turystycznej i paraturystycznej. Do często poruszanych problemów należał zły stan infrastruktury transportowej (jakość dróg, brak infrastruktury towarzyszącej ich rozwojowi – parkingi, zatoczki autobusowe, brak dróg rowerowych, stan dróg wodnych). Wskazywano również potrzeby w zakresie rozbudowy szlaków turystyki pieszej, rowerowej i konnej, infrastruktury sportowo-rekreacyjnej, taniej bazy noclegowej oraz punktów informacji turystycznej. Niwelowanie problemów związanych z rozwojem infrastruktury turystycznej, głównie transportowej i komunikacyjnej należy zaliczyć do zadań priorytetowych, determinujących dalszy rozwój gospodarki turystycznej w Wielkopolsce. Co istotne należy również pamiętać, iż nierównomierna i niesystematyczna walka z barierami infrastrukturalnymi powoduje pogłębianie się nierówności wewnętrznych na terenie województwa, co niewątpliwie wpływa na jego atrakcyjność turystyczną.

¹⁰⁴ Zarząd Transportu Miejskiego w Poznaniu, <http://www.ztm.poznan.pl/>, [dostęp: 2014.09.05]

¹⁰⁵ Poznańska Elektroniczna Karta Aglomeracyjna, <https://www.peka.poznan.pl/web/portal>, [dostęp: 2014.09.05].

¹⁰⁶ Załącznik do Uchwały Rady Miasta Poznania nr LXIV/1010/VI/2014 z dnia 18 marca 2014 r., Badania i Opracowanie Planu Transportowego Aglomeracji Poznańskiej. Plan Zrównoważonego Rozwoju Publicznego Transportu Zbiorowego dla Miasta Poznania na lata 2014-2025, Poznań 2014

(4) Problemy społeczne, demograficzne

Problemy społeczne, wpływające na rozwój turystyki, wynikają w dużej mierze ze **zróżnicowanego rozwoju gospodarczego** w skali województwa. Pomimo, że sytuacja gospodarcza w województwie wielkopolskim na tle innych województw jest dobra – wskaźnik bezrobocia jest niższy niż średnia dla kraju (stopa bezrobocia do aktywnych zawodowo w 2014 r. w Polsce wynosiła 12%, w województwie wielkopolskim 8,3)¹⁰⁷, jednak wskaźnik ten jest wartością średnią. Między powiatami występują duże dysproporcje, zwłaszcza między głównym ośrodkiem – Poznaniem, gdzie bezrobocie jest najmniejsze (3,6%), a powiatami, w których odnotowano bezrobocie przekraczające średnią dla kraju (największe w powiecie wągrowieckim 17,3% oraz konińskim 17,0%). Problemy te potwierdzają dane przesłane z powiatów (tab. 54). Niski poziom zamożności wpływa na małą zdolność inwestycyjną ludności miejscowej, migracje, ograniczanie własnej przedsiębiorczości (także w zakresie działalności turystycznej), możliwości podnoszenia czy zmiany zawodowych kwalifikacji. Rozwój turystyki w powiatach o najtrudniejszej sytuacji gospodarczej wymaga wsparcia finansowego, tworzenia produktów sieciowych, które będą wiązały „powiaty lokomotywy” z powiatami „ogniwami” o wyższym poziomie bezrobocia, czy niższym poziomie rozwoju turystyki. W takim kontekście w wysokim bezrobociu można upatrywać wysoki potencjał kapitału ludzkiego.

Barierą dla rozwoju turystyki w Wielkopolsce jest także **pogarszająca się sytuacja materialna konsumentów**, w tym zarówno turystów spoza województwa wielkopolskiego, jak i jego mieszkańców, którzy stanowią znaczną grupę korzystających z oferty turystycznej i rekreacyjnej tego regionu. Problem ten dotyczy szczególnie mieszkańców terenów wiejskich, osób starszych oraz z niepełnosprawnościami w największym stopniu narażonych na marginalizację i wykluczenie społeczne.

Kolejnym, zgłaszanym problemem (tab. 54) jest **niska świadomość społeczeństwa i władz samorządowych odnośnie pozytywnej roli turystyki w rozwoju regionu**. Od zaangażowania społecznego ludności miejscowej, inicjatywy prywatnych przedsiębiorców zależą w dominującej mierze stan i kierunki rozwoju turystyki w skali lokalnej i regionalnej. Uświadamianie zysków czerpanych bezpośrednio z obsługi turystów, jak i efektu mnożnikowego rozwoju branży turystycznej, może być zachętą dla mieszkańców Wielkopolski do większego angażowania się w działania wspierające rozwój turystyki na tym obszarze.

¹⁰⁷ Liczba bezrobotnych zarejestrowanych oraz stopa bezrobocia w % według województw, podregionów i powiatów, stan koniec czerwca 2014, stat.gov.pl/obszary-tematyczne/pracawynagrodzenia/bezrobocie-stopabezrobocia/bezrobotni-oraz-stopabezrobocia-wg-wojewodztw-podregionow-i-powiatow-stan-na-koniec-czerwca-2014-r-,2,22.html [dostęp: 2014.09.26].

Do grupy aktualnych problemów należą procesy demograficzne, takie jak obserwowane **starzenie się społeczeństwa** europejskiego oraz **wzrost liczby osób z niepełnosprawnościami**¹⁰⁸. Odpowiedź na potrzeby związane z obsługą seniorów oraz osób z niepełnosprawnościami obejmuje zagwarantowanie dostępności wszystkich elementów składowych podaży turystycznej (atrakcji turystycznych zakwaterowania, transportu, pozostałych udogodnień i infrastruktury wykorzystywanych podczas podróży) oraz aktualnego systemu informacji turystycznej (SIT). W Wielkopolsce braki występują w obu tych zakresach – zarówno pod względem dostosowania oferty turystycznej (w sensie fizycznym, technicznym, jakości usług) do zróżnicowanych potrzeb osób starszych i osób z niepełnosprawnościami, jak i SIT, który dawałby możliwość wcześniejszego zaplanowania komfortowej podróży. O ile przystosowanie obiektów turystycznych (bazy noclegowej, gastronomicznej, atrakcji turystycznych) leży głównie w gestii prywatnych przedsiębiorstw, o tyle stworzenie systemu rzetelnej informacji turystycznej powinno być kwestią priorytetową dla regionalnej organizacji turystycznej przy współpracy z organizacjami lokalnymi. Obecnie wśród wielu informatorów, przewodników turystycznych, udostępnianych, także elektronicznie na stronie internetowej Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej¹⁰⁹, nie ma żadnego informatora na temat dostępności obiektów czy szlaków turystycznych dla osób niepełnosprawnych, natomiast na stronie „Wielkopolska. Turystyczny serwis regionalny”¹¹⁰ pod hasłem „turystyka niepełnosprawnych” znajduje się link do ogólnopolskiej bazy danych „turystyka dla wszystkich”, utworzonej w 2008 r. i od tego czasu w znikomym zakresie uaktualnianej. Także na stronach internetowych, w informatorach nt. poszczególnych obiektów i miejsc atrakcyjnych turystycznie brak jest wyeksponowanych informacji o ich dostępności czy występujących udogodnieniach. Stan ten powoduje, że województwo wielkopolskie wyróżnia się negatywnie (w zestawieniu np. z województwem dolnośląskim, które oferuje aktualny przewodnik obejmujący zarówno najbardziej atrakcyjne obiekty, jak i trasy turystyczne¹¹¹) i traci wielu klientów (turystów), biorąc pod uwagę „efekt mnożnikowy” związany z turystką seniorów i osób z niepełnosprawnościami. Efekt ten wynika z faktu, że wraz z osobą niepełnosprawną bezpośrednio zaangażowane w podróż są jeszcze inne osoby z jej rodziny, grona przyjaciół czy znajomych. Oznacza to, że jeśli osoba niepełnosprawna nie może korzystać z jakichś usług turystycznych, na przykład hotelu, restauracji czy transportu, to cała towarzysząca jej grupa nie skorzysta z tych usług. Neumann i Reuber oszacowali ten mnożnik na 1,56, Buhalis na 2,

¹⁰⁸ wg World Report on Disability 2011, osoby niepełnosprawne stanowią około 15 % światowej populacji

http://www.who.int/disabilities/world_report/2011/accessible_en.pdf [dostęp: 2014.08.08].

¹⁰⁹ www.wielkopolska.travel

¹¹⁰ http://www.wielkopolska.travel/turystyka_niepelnosprawnych/ [dostęp: 2014.08.08].

¹¹¹ Francuz M., Francuz S., 2013, *Przewodnik Dolny Śląsk otwarty dla każdego*, Urząd Marszałkowski Województwa Dolnośląskiego, Wrocław 2013.

a Darcy na 3¹¹². Problem niedostatecznego dostosowania oferty turystycznej do zróżnicowanych potrzeb dotyczy nie tylko osób z niepełnosprawnościami, ale także innych grup wymagających udogodnień np. rodzin z małymi dziećmi (zwrócono na to uwagę przede wszystkim w Poznaniu, tab. 54). Zagwarantowanie lepszej dostępności fizycznej: miejsc, obiektów, usług, jak i SIT dla grup o zróżnicowanych potrzebach: osób z niepełnosprawnościami, starszych, rodzin z małymi dziećmi, o czasowej niedyspozycji itd. jest na współczesnym rynku turystycznym warunkiem bezwzględnie koniecznym. Jego spełnienie wymaga **wypracowania oraz wdrożenia systemów jakościowych i wzorców do standaryzacji usług**, szkoleń dla branży turystycznej z zakresu kryteriów oceny dostępności oferty turystycznej, jak i inicjatywy na szczeblu wojewódzkim, obejmującej promowanie „turystyki dostępnej”, tworzenie spójnego SIT na temat dostosowanych usług i miejsc.

(5) Problemy geograficzne (lokalizacyjne, zasobów turystycznych, stanu środowiska przyrodniczego)

Problemy uwarunkowane geograficznie związane są z **lokalizacją** i powiązanymi z nią czynnikami, takimi jak dostępność komunikacyjna, stopień rozwoju gospodarczego czy rodzaj walorów turystycznych (zarówno przyrodniczych, jak i kulturowych). Wielkopolskę w 2013 r. zamieszkiwało 3 462 196 os., przy czym największa koncentracja ludności miała miejsce w Poznaniu i otaczającym go powiecie poznańskim – 25,8% ludności województwa (895 494 os.). Najniższe zaludnienie – do 50 os. na 1 km² cechowało powiaty: złotowski, czarnkowsko-trzecieński oraz międzychodzki¹¹³. Stan ten jest zarówno wynikiem, jak również przyczyną zróżnicowanego stopnia rozwoju gospodarczego województwa wielkopolskiego. Powiaty oddalone od strefy wpływu aglomeracji poznańskiej wskazują (tab. 54) na problem lokalizacyjny, jakim jest peryferyjność w stosunku do dużych miast, będących centrami rozwoju gospodarczego, obszarami generującymi ruch turystyczny, czy istotnymi węzłami komunikacyjnymi dla tranzytowego ruchu turystycznego. Oddalenie od dużych ośrodków miejskich, w połączeniu z problemami dotyczącymi słabej infrastruktury komunikacyjnej, przyczynia się do niewykorzystania potencjału turystycznego tych powiatów, zwłaszcza w zakresie przyrodniczych walorów wypoczynkowych. Położenie geograficzne powiatów determinuje w znacznym stopniu rodzaj walorów turystycznych. Lepsze warunki do rozwoju turystyki wypoczynkowej, kwalifikowanej nad akwenami występują zdecydowanie w strefie Pojezierza Wielkopolskiego, niż w południowej części Wielkopolski. Jednakże w przypadku turystyki wypoczynkowej czy aktywnej, opartej na walorach przyrodniczych, ma miejsce wyraźna **sezonowość**

¹¹² Zajadacz A., Śniadek J., 2014, Modele niepełnosprawności jako determinanty przeobrażeń struktury podaźowej rynku turystycznego dostępnego dla osób niepełnosprawnych. [W:] Ewolucja podaży i popytu w turystyce. Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii, Sucha Beskidzka: 208-230.

¹¹³ Stan na 1.01.2013, GUS, Powierzchnia i ludność w przekroju terytorialnym w 2013 r., GUS, 2013.

ruchu turystycznego i towarzyszące jej problemy z utrzymaniem infrastruktury turystycznej w ciągu całego roku. Wskazywanym mankamentem (tab. 54) jest również brak walorów turystycznych lub ich monotonia (występowanie np. wielu zabytkowych obiektów sakralnych, które nie dla każdego turysty mogą stanowić atrakcję). Takie opinie świadczyć jednak mogą o **niedocenianiu zasobów turystycznych, w tym spuścizny kulturowej i historycznej Wielkopolski**. Z lokalizacją i charakterem walorów turystycznych (których aktualne wykorzystanie nie jest wystarczające, by zagwarantować ciekawy program dłuższego pobytu) związany jest **tranzytowy charakter ruchu turystycznego w wielu powiatach**. Zmiana tej sytuacji wymaga zarówno działań promocyjnych, jak i rozwoju zróżnicowanych, markowych produktów turystycznych.

Oddzielny problem stanowi **stan środowiska przyrodniczego**, głównie w zakresie jakości wód, powietrza atmosferycznego, składowania niebezpiecznych odpadów oraz zasobów terenów leśnych. Wysoki stopień rozwoju gospodarczego Wielkopolski w stosunku do innych województw powoduje problem **wysokiej emisyjności gospodarki**, jak również znajduje odzwierciedlenie m. in. w **małej lesistości**. Całkowita powierzchnia gruntów leśnych w Wielkopolsce w 2011 r. stanowiła 785,9 tys. ha (w Polsce: 9350,7 tys. ha)¹¹⁴, wartość ta plasuje województwo wielkopolskie na 12 miejscu w skali kraju. Głównymi presjami, które oddziałują na **stan wód** (wg *Raportu o stanie środowiska w Wielkopolsce w roku 2012*)¹¹⁵ jest wprowadzanie zanieczyszczeń ze źródeł punktowych i obszarowych oraz pobór wody. Ładunek zanieczyszczeń wprowadzanych do wód jest zbyt dużym obciążeniem dla rzek i zbiorników wodnych, w wyniku czego jakość wód jest niezadowalająca. W największym stopniu na stan wód wpływają: punktowe źródła zanieczyszczeń – zrzuty ścieków bytowych, komunalnych i przemysłowych (w tym wód chłodniczych i zasolonych), a także wód opadowych oraz zanieczyszczenia obszarowe pochodzące głównie z rolnictwa. Inne, ważne źródła zanieczyszczenia wód stanowią także: powiększanie terenów rekreacyjnych i zabudowy letniskowej oraz niedostateczna sanitacja wsi. Za rozkład emisji substancji gazowych i pyłowych do **powietrza atmosferycznego** w istotnym stopniu odpowiada zagospodarowanie terenu oraz sytuacja meteorologiczna. Największa emisja ze źródeł punktowych oraz znacząca emisja liniowa związane są z obszarami zurbanizowanymi oraz dominacją energetyki i przemysłu wydobywczego w części wschodniej województwa. O skali i strukturze emisji w województwie wielkopolskim w znaczącym stopniu decyduje pion energetyczno-przemysłowy. Odpowiada on za około 70% emisji. Największy udział w emisji mają instalacje do spalania paliw. Głównymi emitentami są elektrownie: Pątnów, Konin, Adamów, Pątnów II i Elektrociepłownia EC II Karolin w Poznaniu. Znacząca jest też emisja ze

¹¹⁴ Leśnictwo, 2012, GUS, http://stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/rl_lesnictwo_2012 [dostęp: 28.08.2014 r.].

¹¹⁵ Raport o stanie środowiska w Wielkopolsce w roku 2012, WIOŚ, Poznań 2013 <http://poznan.wios.gov.pl/monitoring-srodowiska/publikacje/raport2012/.pdf> [dostęp: 27.08.2014 r.].

środków transportu samochodowego oraz z ogrzewania budynków indywidualnych. Problem zanieczyszczenia powietrza związany jest przede wszystkim z miastami, energetyką, górnictwem, a także z przemysłem wydobywczym w części wschodniej województwa. Emisja substancji gazowych z zakładów przemysłowych utrzymuje się od lat na zbliżonym poziomie, natomiast zauważalny jest spadek emisji pyłów, w tym ze spalania paliw. Pod względem stanu chemicznego wód płynących 71% w 2012 r. było poniżej stanu dobrego, a 29% odpowiadało warunkom dobrym, natomiast w przypadku wód jeziornych 63% w skali województwa jest poniżej stanu dobrego, a 37% ma stan określany jako dobry. W zakresie **gospodarki odpadami** w ostatnich latach liczba instalacji do odzysku lub unieszkodliwienia odpadów poza składowaniem znacznie się zwiększyła. Instalacje te są rozmieszczone w miarę równomiernie na terenie województwa, tylko na obszarze powiatów: złotowskiego, wągrowieckiego, czarnkowsko-trzcianeckiego, gnieźnieńskiego i kępińskiego – ich liczba jest niewystarczająca. Zgodnie z Planem Gospodarki Odpadami dla województwa wielkopolskiego na lata 2012-2017, na tych terenach przewidziane jest wybudowanie instalacji do odzysku i unieszkodliwienia odpadów. Dwa stanowiska odpadów niebezpiecznych występują w okolicach Konina, ponadto składowisko odpadów chemicznych w gm. Kleszczewo (powiat poznański). W województwie wielkopolskim istnieje 17 składowisk odpadów niezrekultywowanych. Na części składowisk nieeksploatowanych prowadzony jest monitoring poeksploatacyjny w celu kontroli oddziaływania składowiska na środowisko gruntowo-wodne¹¹⁶.

(6) Problemy organizacyjne, informacyjne

Do głównych problemów organizacyjnych należy niewystarczająca koordynacja działań w zakresie konsekwentnego rozwoju i promowania markowych produktów turystycznych Wielkopolski, rozpoznawalnych na arenie ponadregionalnej i międzynarodowej. Stan ten jest związany z dużym rozdrobnieniem branży turystycznej, brakiem wypracowanej kultury współpracy w sektorze prywatnym oraz między sektorami publicznymi i prywatnymi. Sytuacja ta wynika także z krótkookresowej polityki rozwoju społeczno-gospodarczego, prowadzonej przez lokalne jednostki samorządu oraz rozproszenia struktur organizacyjnych zajmujących się promocją i rozwojem turystyki, a w konsekwencji działań w tym zakresie. Słabą stroną związaną z planowaniem i zarządzaniem gospodarką turystyczną jest brak sprawnego systemu monitorowania efektów ekonomicznych związanych z obsługą ruchu turystycznego (nie tylko w podstawowym zakresie wykorzystania bazy noclegowej, ale także liczby uczestników imprez turystycznych, korzystających ze szlaków turystycznych, obszarów chronionych itd.).

¹¹⁶ j. w.

Istotnym problemem jest także **brak spójnego systemu informacji turystycznej (SIT)** dla Wielkopolski, a także brak jednolitej, wyrazistej **identyfikacji wizualnej województwa**. Z założenia, współczesny SIT powinien być dostępny także na mobilnych urządzeniach, w różnych wersjach językowych, promując zróżnicowane atrakcje, przy uwzględnieniu wielu segmentów rynku (w zakresie upodobań, cen, udogodnień związanych ze stopniem sprawności itd.). Istotną częścią SIT są także informacje przekazywane w terenie (m. in. tablice informacyjne, znakowanie szlaków). Obecne problemy związane są często ze znakowaniem i odnawianiem czytelności oznakowania szlaków turystycznych różnego typu, jak również konsekwentnym kreowaniem wizerunku szlaków tematycznych i związanych z nimi walorów (poprzez spójny system identyfikacji wizualnej). Budowa SIT wymaga zaangażowania, współpracy wszystkich podmiotów (władz samorządowych, organizacji, instytucji i przedsiębiorstw) zajmujących się obsługą ruchu turystycznego. Do barier rozwoju turystyki na poziomie powiatów zaliczono także **brak wypracowanych pakietów turystycznych o charakterze produktów sieciowych**. Produkty tego typu, skoncentrowane na wybranym segmencie docelowym, bazując na zasobach wielu powiatów mogą przyczynić się do zagwarantowania turystom możliwości dłuższego, ciekawego programu pobytu, a przez to do niwelowania zjawiska sezonowości. Współpraca w zakresie tworzenia produktów sieciowych jest drogą do wyrównywania dysproporcji natężenia i rozkładu przestrzennego ruchu turystycznego w skali województwa. Tworzenie tego typu produktów, jak i wspólnej linii ich promocji wymaga niwelowania kolejnego, ze wskazanych problemów (tab. 54), jakim jest słaba współpraca samorządów gminnych i powiatowych, a także współpraca między przedsiębiorstwami, instytucjami oraz jednostkami samorządu terytorialnego. Problem ten powiązany jest często z brakiem rzetelnego rozpoznania na poziomie lokalnym potencjału turystycznego z uwzględnieniem uwarunkowań zewnętrznych (m. in. sytuacji w powiatach sąsiednich), zarówno w kontekście konkurencyjności, jak i możliwości podejmowania współpracy w kreowaniu turystycznych produktów sieciowych (np. wspólne planowanie kalendarza imprez kulturalnych, sportowych). Tworzenie takich planów (strategii) umożliwiłoby lepszą alokację środków finansowych na rozwój produktów z uwzględnieniem ich hierarchii (od priorytetowych – markowych po komplementarne).

Tab. 53 Wykaz dokumentów udostępnionych przez Urząd Marszałkowski Województwa Wielkopolskiego wraz z najważniejszymi zidentyfikowanymi barierami rozwoju turystyki

1. polityczno-prawne, 2. ekonomiczne, finansowe, 3. infrastrukturalne, 4. społeczne, demograficzne, 5. geograficzne (lokalizacyjne, zasobów turystycznych, stanu środowiska przyrodniczego), 6. organizacyjne, informacyjne.

Nazwa dokumentu	Typ problemu					
	1	2	3	4	5	6
1. Sprawozdanie z wykonania budżetu województwa wielkopolskiego za 2010r.	x					x
2. Sprawozdanie z wykonania budżetu województwa wielkopolskiego za 2011r.	x					x

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

Nazwa dokumentu	Typ problemu					
	1	2	3	4	5	6
3. Sprawozdanie z wykonania budżetu województwa wielkopolskiego za 2012r.	x					
4. Sprawozdanie z wykonania budżetu województwa wielkopolskiego za 2013r.	x					x
5. Koncepcja Przestrzennego Zagospodarowania Kraju 2030			x		x	x
6. Krajowa Strategia Rozwoju Regionalnego 2010-2020: regiony, miasta, obszary wiejskie	x		x	x	x	x
7. PO Infrastruktura i Środowisko 2014-2020	x		x	x	x	
8. Strategia Rozwoju Kraju 2020	x	x	x	x		x
9. Strategia Innowacyjności i Efektywności Gospodarki Dynamiczna Polska 2020	x	x	x	x		x
10. Strategia Rozwoju Kapitału Ludzkiego 2020				x		
11. Program Rozwoju Turystyki do 2020 roku. Projekt	x	x	x	x		x
12. Marketingowa Strategia Polski w Sektorze Turystyki na lata 2012-2020	x	x	x	x	x	x
13. Wielkopolski Regionalny Program Operacyjny na lata 2007-2013	x	x	x	x	x	x
14. Wielkopolski Regionalny Program Operacyjny na lata 2014-2020	x	x	x	x	x	x
15. Diagnoza sytuacji społeczno-gospodarczej w województwie wielkopolskim	x	x	x	x	x	x
16. Strategia Rozwoju Województwa Wielkopolskiego do 2020 roku. Wielkopolska 2020	x	x	x	x	x	x
17. Strategia Rozwoju Miasta Poznania do 2030 roku	x	x	x	x		x
18. Metropolia Poznań 2020. Strategia Rozwoju Aglomeracji Poznańskiej			x	x	x	x
19. Program Ochrony Środowiska Województwa Wielkopolskiego na lata 2012-2015	x				x	x
20. Wielkopolska Odnowa Wsi 2013-2020	x	x	x	x	x	
21. Program opieki nad zabytkami województwa wielkopolskiego na lata 2013-2016		x				x
22. Strategia Polityki Społecznej dla Województwa Wielkopolskiego do 2020 roku	x	x		x		x
23. Wielkopolski Program na Rzecz Osób Starszych do 2020 roku			x	x		x
24. Program Wyrównywania Szans Osób z Niepełnosprawnościami i Przeciwdziałania ich Wykluczeniu Społecznemu oraz Pomocy w Realizacji Zadań na Rzecz Zatrudnienia Osób z Niepełnosprawnościami w Województwie Wielkopolskim na lata 2014-2020			x	x		x
25. Strategia Rozwoju Turystyki w Województwie Wielkopolskim na lata 2007-2013	x	x	x	x	x	x
26. Program Promocji Turystycznej Województwa Wielkopolskiego		x	x	x	x	x
27. Program Rozwoju Produktów Turystycznych Wielkopolski		x				x
28. Program Rozwoju Zasobów Ludzkich i Struktur Organizacyjnych Turystyki w Wielkopolsce	x	x		x		x
29. Badanie ruchu turystycznego w Wielkopolsce w roku 2011 i 2013 - wielkość, struktura oraz ocena jakości usług turystycznych i określenie turystycznego wizerunku Wielkopolski			x			x
30. Zestawienie ankiet dot. realizacji strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim w latach 2007-2013	x	x	x			x

Tab.54 Problemy rozwoju turystyki w woj. wielkopolskim wg powiatów

(Źródło: dane przesłane z powiatów i lokalnych organizacji turystycznych, lipiec – sierpień 2014).

Pytania związane z aktualnymi problemami i barierami rozwoju turystyki skierowano do wszystkich powiatów województwa wielkopolskiego i lokalnych organizacji turystycznych. W tabeli zestawiono otrzymane odpowiedzi.

1. polityczno-prawne, 2. ekonomiczne, finansowe, 3. infrastrukturalne, 4. społeczne, demograficzne, 5. geograficzne (lokalizacyjne, zasobów turystycznych, stanu środowiska przyrodniczego), 6. organizacyjne, informacyjne.

Powiat	Problemy związane z rozwojem turystyki oraz propozycje ich rozwiązywania	Typ problemu					
		1	2	3	4	5	6
1. Chodzieski	Brak środków na rozwój infrastruktury turystycznej, zbyt słabo rozwinięta baza noclegowa, brak: wytyczonych i oznakowanych szlaków do uprawiania turystyki pieszej, rowerowej, konnej; bazy do uprawiania sportów wodnych; infrastruktury do obserwowania awifauny w dolinie Noteci.		x	x			
2. czarnkowsko – trzcianecki	Ograniczeniem są wymogi w sferze inwestowania, prowadzenia działalności rolniczej i biznesowej oraz zachowań społecznych w czasie przebywania w środowisku objętym ochroną, bądź korzystania z niego. Peryferyjność powiatu w stosunku do dużych miast, będących centrami rozwoju gospodarczego. Niski poziom zamożności ludności miejscowej i związana z nim niewielka zdolność inwestycyjna oraz rozwojowa, powoduje potrzebę wsparcia dodatkowymi źródłami finansowymi. Główne problemy i potrzeby to: (1) konieczność poprawy stanu infrastruktury transportowej (przebudowywanie, remontowanie dróg), teleinformatycznej oraz całego systemu komunikacyjnego, (2) modernizowanie dróg i ścieżek zwiększających dostępność do miejsc atrakcyjnych turystycznie; (3) budowa obwodnic koło Czarnkowa; (4) budowa parkingów przydrożnych, zatok autobusowych, ścieżek pieszo - rowerowych i chodników; (5) poprawa stanu dróg wodnych i żegluga oraz przyrzecznej infrastruktury.	x	x	x	x	x	
3. gnieźnieński	Mała różnorodność tematyczna atrakcji turystycznych. Wiele zabytków sakralnych przy małej liczbie zabytków świeckich. Sezonowość – zimą jest mało zwiedzających, co powoduje duży przestój np. w usługach przewodnickich. Mało lub brak połączeń PKS lub PKP między poszczególnymi atrakcjami Szlaku Piastowskiego (utrudnia to zwiedzanie, a często także sprawia, że turyści rezygnują ze zwiedzania). Brak infrastruktury rozrywkowej (np. parki rozrywki). Muzea czy też kościoły, jakkolwiek cenne z punktu widzenia historycznego czy kulturalnego są mało interesujące np. dla dzieci. Rodzina z małymi dziećmi ma mało możliwości aby aktywnie spędzić czas w regionie. W Gnieźnie miejscem który nadawałoby się na taki obiekt byłaby okolica jeziora Jelonek. Niewystarczająca ilość obiektów, które świadczą noclegi po niewygórowanej cenie. Problem zmiany profilu turystyki z tranzytowej na pobytową.		x	x		x	x
4., 5. Kalisz p. kaliski	Problem poradnictwa turystycznego, słaby kontakt między turystami a sprzedającymi usługi turystyczne. Problem transportu, infrastruktury kolejowej, ograniczone środki finansowe na wsparcie działań turystycznych. Brak obiektów o odpowiednim standardzie lokalowym. Istnieje głównie agroturystyka, brak warunków dla rozwoju turystyki biznesowej itp. Brak zorganizowanej sieci atrakcji turystycznej. Słabe oznakowanie tras turystycznych.		x	x			x

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

Powiat		Problemy związane z rozwojem turystyki oraz propozycje ich rozwiązywania	Typ problemu						
			1	2	3	4	5	6	
6.	kepziński	Brak punktu informacji turystycznej. Niewystarczające środki finansowe na wytyczanie i oznakowanie szlaków rowerowych/piesznych, niewystarczające środki finansowe na promocję istniejących zabytków (głównie architektury sakralnej). Słaba oferta turystyczna miejsc wartych odwiedzenia (brak wiosek tematycznych, Zoo, akwenów wodnych). Region nazwany jest potocznie „zagłębiem meblowym”, jednak brak jest takich imprez jak targi, przyciągających turystów.		x	x				x
7.	kolski	Podstawowym problemem jest brak środków finansowych na rozwój turystyki i organizację imprez, ponadto położenie gminy z dala od głównych szlaków turystycznych oraz ograniczenia w postaci ciszy na jeziorach z terenu gminy Babiak. Istnieje potrzeba budowy ścieżek rowerowych np. ścieżka rowerowa w gminie Osiek Mały mogłaby być zlokalizowana na szlaku po zlikwidowanej kolejce torowej, która przebiegała od Koła do Ślesina – wpłynęłaby na rozwój turystyki regionu.	x	x	x			x	
8,9.	Konin p. koniński	Niewystarczająca ilość kapitału finansowego (zwłaszcza dla małych podmiotów) oraz wciąż niewystarczająca integracja działań wspierających rozwój turystyki; mały potencjał usługowy (np. brak stacji paliw przy przystaniach), niewystarczające środki na konserwację zabytków, brak możliwości żeglowania rzeką Wartą (nieskanalizowana), wysokie bezrobocie.	x	x	x	x			x
10	krotoszyński	Głównym problemem jest brak rozwiniętej sieci ścieżek rowerowych (istnieją one wyłącznie fragmentarycznie, w Krotoszynie i Koźminie Wlkp.). Na przestrzeni kilku ostatnich lat, na terenie powiatu powstało wiele kilometrów tras rowerowych, wytyczonych w miejscach turystycznie atrakcyjnych (Szlak wokół Krotoszyna i Krotoszyńskie Dąbrowy). Pozwoliło to na połączenie aktywnego spędzania czasu wolnego przez mieszkańców ze zwiedzaniem i poznawaniem ciekawych zabytków architektury i historii regionu, pomników przyrody i rezerwatów. Niestety w dalszym ciągu sieć ścieżek rowerowych jest niewystarczająca dla rozwoju turystyki aktywnej. Kolejnym problemem jest mała liczba gospodarstw agroturystycznych, spowodowana prawdopodobnie specyficzną lokalizacją powiatu, gdzie nie występują naturalne zbiorniki wodne. Powiat krotoszyński w statystyce odwiedzających gości, jak również liczby obiektów noclegowych zajmuje 26. miejsce w woj. wielkopolskim.			x			x	
11, 12	Leszno p. leszczyński	Niska świadomości społeczeństwa co do pozytywnej roli turystyki w rozwoju regionu, pogarszanie się stanu wód powierzchniowych, ograniczenia w zakresie Natura 2000, niewystarczająca infrastruktura sportowo-rekreacyjna, degradacja leszczyńskiej starówki.	x		x	x	x		

Powiat	Problemy związane z rozwojem turystyki oraz propozycje ich rozwiązywania	Typ problemu					
		1	2	3	4	5	6
13	<p>Gmina Międzychód ze względu na dążenia do uzyskania statusu uzdrowiska i szerokie plany związane z realizacją projektu „Międzychód Zdrój – Powrót do źródeł” wnioskuje o uwzględnienie w <i>Strategii rozwoju turystyki w woj. wielkopolskim</i> turystyki uzdrowiskowej jako perspektywicznej i kluczowej dla Wielkopolski. Celem przedsięwzięcia jest przygotowanie Międzychodu do pełnienia w województwie wiodącej roli w funkcji uzdrowiskowej poprzez utworzenie pierwszego w Wielkopolsce uzdrowiska, jako Wielkopolskiego Produktu Markowego Turystyki Uzdrowiskowej. Gmina Międzychód dzięki walorom środowiskowym, bogatym złożom leczniczych borowin, wód mineralnych i solanek zamierza powrócić do uzdrowiskowych tradycji z początków XX w. Zadaniem tego projektu jest podniesienie atrakcyjności turystycznej gminy Międzychód, powiatu międzychodzkiego i całego woj. wielkopolskiego poprzez rozwój infrastruktury turystyki uzdrowiskowej oraz kompleksowej obsługi pacjentów uzdrowiska i klientów zakładów typu SPA.</p> <p>Niezwykle istotną gałęzią turystyki dla gminy Międzychód stała się turystyka wodna. Międzychód dzięki doskonałemu usytuowaniu pomiędzy rzeką Wartą a Jeziorem Miejskim, a także bliskością ok. 50 jezior znajdujących się na terenie gminy ma szansę stać się jednym z najważniejszych ośrodków wodnych na trasie Wielkiej Pętli Wielkopolski (WPW). Rozwój infrastruktury i zapal mieszkańców Wielkopolski do sportów wodnych może spowodować prawdziwy rozkwit tej formy spędzania czasu wolnego. Problemem jest dostosowanie rzeki Warty pod względem bezpieczeństwa żeglugi do potrzeb motorowodniaków. Rozwiązaniem mogłoby być udrożnienie i pogłębienie płyczn na niektórych odcinkach WPW, przy porozumieniu z RZGW w Poznaniu. Inną istotną z punktu widzenia gminy Międzychód, ale i całej Wielkopolski kwestią jest uwzględnienie w Strategii dalszego nacisku na rozwój turystyki kolejowej opartej na regularnych połączeniach kolejowych na trasie Poznań – Międzychód. Kluczowymi problemami są utrzymywanie infrastruktury kolejowej w stanie używalności oraz uwzględnienie cyklicznych, weekendowych pociągów turystycznych do Międzychodu w rocznym kolejowym rozkładzie jazdy. Ważnym i celowym zadaniem woj. wielkopolskiego w kontekście rozwoju turystyki kolejowej powinien być remont odcinka kolejowego na trasie Międzychód – Szamotuły.</p> <p>Do istotnych problemów należy: (1) przywrócenie możliwości transportu turystów z Poznania na teren powiatu międzychodzkiego za pośrednictwem transportu kolejowego (reaktywacja przewozów kolejowych, przynajmniej w sezonie letnio – jesiennym, na trasie Poznań – Międzychód – Sieraków, a także połączenie kolejowe Wolsztyn – Międzychód – Sieraków – Chrzypsko Wielkie), (2) rozszerzenie możliwości dojazdu turystów z Poznania na teren powiatu międzychodzkiego za pośrednictwem transportu autobusowego (rozbudować połączenia autobusowe na teren wsi na północnym brzegu Warty, na obrzeżu Puszczy Noteckiej), (3) rozbudowa infrastruktury drogowej – poprawa stanu technicznego dróg, zwłaszcza dróg wojewódzkich na terenie powiatu, szczególnie na obrzeżu Puszczy Noteckiej, a także budowa osobnych ścieżek rowerowych przy drogach, parkingów dla rowerów, punktów z wypożyczalniami rowerów, (4) budowa obwodnic miast w powiecie oraz Kwilcza i Kamionny w celu wyprowadzenia ruchu ciężarowego poza miasta i centra wymienionych wsi, (5) naprawa mostów na Warcie (likwidacja zatorów drogowych na przeprawie mostowej w Międzychodzie), (6) rozbudowa sieci punktów informacji turystycznej, (7) dofinansowanie imprez kulturalnych organizowanych przez muzea i imprez masowych o charakterze inscenizacji historycznych czy też ożywiania zabytków techniki, (8) wsparcie powstawania mikroprzedsiębiorstw – biur turystycznych obsługujących turystykę przyjazdową.</p>	x	x	x		x	x

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

Powiat		Problemy związane z rozwojem turystyki oraz propozycje ich rozwiązywania	Typ problemu					
			1	2	3	4	5	6
14	obornicki	Brak odpowiedniej infrastruktury turystycznej, zwłaszcza bazy noclegowej.		x				
15	ostrzeszowski	Brak środków finansowych na udział w targach turystycznych rangi krajowej i międzynarodowej, słabo rozwinięta sieć hoteli. Brak schronisk turystycznych. Brak środków na rewitalizację ponad 100-letniej nieczynnej linii kolejowej Ostrzeszów-Namysłów wraz z budynkami dworcowymi. Brak infrastruktury turystycznej m.in. prysznic i przebieralni (kąpielisko w Kobyłej Górze). Brak dostatecznego oznakowania turystycznego na terenie całego powiatu.		x	x		x	x
16	pilski	Główny problem dotyczy finansowania imprez o charakterze turystycznym. Niekomercyjne działania władz samorządowych angażujące i integrujące lokalną społeczność powinny uzyskiwać wsparcie instytucji na poziomie, których dana impreza wstępuje.		x				x
17	pleszewski	Brak środków finansowych, problem własności gruntów.	x	x				
18, 19	Poznań, p. poznański	Niewystarczające fundusze na działania promocyjne w tym m.in. materiały promocyjne, wystąpienia targowe, aplikacje mobilne. Brak komunikacji w językach obcych ze strony podmiotów związanych z turystyką np. hotele, muzea, restauracje, wydarzenia, turystyczne tablice informacyjne. Utrudnienia w dostępności obiektów turystycznych np. godziny otwarcia. Niedostateczne dofinansowanie jednostek muzealnych uniemożliwiające wprowadzenie nowoczesnej, multimedialnej i atrakcyjnej prezentacji eksponatów. Niedostateczne przygotowanie lub całkowity brak udogodnień dla osób niepełnosprawnych i z wózkami dziecięcymi. Niedostateczna liczba miejsc parkingowych dla autokarów z możliwością opróżniania nieczystości.		x	x	x		x
20	nowotomyski	Brak rozwiniętej sieci ścieżek rowerowych, w tym bezpiecznych połączeń komunikacyjnych dla rowerzystów chcących przedostawać się na linii miasto – okoliczne wsie. Brak współpracy i wypracowania wspólnych pakietów pobytowych przez właścicieli gospodarstwa agroturystycznych. Brak platformy internetowej, na której dostępny byłby wykaz wszystkich gospodarstw agroturystycznych (zrzeszonych i niezrzeszonych). Nie wszystkie tego typu podmioty posiadają własną stronę internetową. Brak wspólnie wypracowanych pakietów turystycznych opracowanych przez sąsiadujące ze sobą gminy lub powiaty. Dla turysty nie jest istotna granica administracyjna. Warto, aby sąsiadujące ze sobą jednostki administracyjne przygotowały wspólne pakiety turystyczne.			x			x
21	rawicki	Brak walorów turystycznych. Mała liczba gospodarstw agroturystycznych. Brak akwenu wodnego przystosowanego do nowoczesnych wymogów. Brak tras rowerowych. Brak środków finansowych na organizowanie imprez kulturalno – rozrywkowych oraz na budowę ścieżek rowerowych.		x	x		x	
22	stuski	Ograniczone środki finansowe samorządów, zarówno wewnętrzne, jak i zewnętrzne. Brak współpracy samorządów gminnych z powiatowym. Słabo rozwinięta baza noclegowa.		x	x			x

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

Powiat		Problemy związane z rozwojem turystyki oraz propozycje ich rozwiązywania	Typ problemu						
			1	2	3	4	5	6	
23	szamotulski	Zbyt mała ilość ścieżek pieszo-rowerowych. Słaby stan oznakowania niektórych szlaków pieszych.			x				x
24	średzki	Głównym problemem rozwoju turystyki na terenie powiatu średzkiego jest brak środków, by podjąć jakieś działania.		x					
25	średzki	Brak portu, brak ścieżek rowerowych w mieście i przy głównych drogach, brak środków finansowych na zadania związane z turystyką, szczególnie na duże projekty, brak nowoczesnej dużej hali sportowo-rekreacyjnej w mieście Śrem, przy czym istniejące nie spełniają wszystkich oczekiwań potencjalnych użytkowników.		x	x				
26	wągrowiecki	Brak zbiorników wodnych podatnych do kąpeli; brak ścieżek rowerowych; brak odpowiedniej ilości środków na promocję gminy.		x	x				
27	wolsztyński	Problemy finansowe zabytkowej parowozowni w Wolsztynie (wstrzymany regularny ruch trakcji parowej). Jezioro Wolsztyńskie nie spełnia do końca wymogów czystości (trwają prace związane z jakością wody).		x				x	
28	wrześniński	Występowanie odcinków rzek o wodach pozaklasowych i w niskich klasach czystości. Niskie wykorzystanie walorów przyrodniczo - krajobrazowych parków krajobrazowych w rozwoju turystyki, edukacji ekologicznej, promocji gmin i powiatu. Brak wystarczającej bazy noclegowej dla grup zorganizowanych, obiektów turystycznych różnego standardu. Niedostateczne wykorzystanie walorów turystycznych Warty i Prosnys. Słabo rozwinięta sieć ścieżek rowerowych. Brak współpracy jednostek samorządowych z dyrekcją parków krajobrazowych i nadleśnictwami. Niewystarczające środki przekazywane samorządom na cele związane z rozwojem turystyki. Brak: wystarczających środków finansowych na promocję turystyki, oznakowania szlaków turystycznych oraz tablic informacyjnych przy zabytkach, folderów turystycznych.		x	x			x	x
29	złotowski	Brak strategii rozwoju turystyki powiatu i poszczególnych gmin powiatu - brak szczegółowej analizy powiatu pod względem potencjału turystycznego i tym samym brak koncepcji zarządzania turystyką. Niski poziom przedmiotowego podejścia do zagadnień związanych z turystyką w dokumentach strategicznych poszczególnych jednostek samorządu terytorialnego, w efekcie niski poziom środków finansowych przeznaczanych na realizację celów, zadań związanych z turystyką w regionie.		x					x

Podsumowanie

Na stan i funkcjonowanie gospodarki turystycznej wpływa wiele czynników, których wzajemna integracja determinuje jakość oraz konkurencyjność ofert turystycznych w województwie wielkopolskim. Z analizy dokumentów, których treści nawiązują do rozwoju turystyki w kraju oraz poszczególnych jego regionach, jak również z danych nadesłanych z powiatów województwa

wielkopolskiego wynika, że hierarchia barier zidentyfikowanych dla rozwoju turystyki jest różna.

W **dokumentach** zwracano uwagę głównie na bariery dotyczące problemów:

- organizacyjnych i informacyjnych,
- polityczno-prawnych,
- społecznych, demograficznych,
- infrastrukturalnych.

Autorzy analizowanych opracowań rzadziej wskazywali na problemy ekonomiczno-finansowe oraz geograficzne. W dokumentach podkreślona została rola prawidłowo funkcjonującego systemu w koordynacji zadań zmierzających do polepszenia sytuacji gospodarki turystycznej w Polsce, zarówno wewnątrz, jak i zewnątrz - na arenie europejskiej oraz międzynarodowej. Wieloetapowe zmiany prawno-polityczne niewątpliwie stanowią podstawę dalszych działań, są one zatem podstawą dalej idących decyzji, jak również początkiem zmian w zakresie finansowania i rozwoju infrastruktury.

Natomiast **dane nadesłane z powiatów** wskazują, jako najistotniejsze dla rozwoju turystyki problemy:

- finansowe (ekonomiczne),
- infrastrukturalne,
- organizacyjne, informacyjne,
- geograficzne.

Najbardziej na poziomie powiatów wymieniano ograniczenia związane z czynnikami polityczno-prawnymi oraz społecznymi.

Zauważalna różnica w zakresie hierarchii problemów występujących w dokumentach oraz opinii urzędników reprezentujących starostwa powiatowe województwa wielkopolskiego, wskazuje, że jednostki samorządu terytorialnego jako podmioty, na które problemy oddziałują najsilniej, zauważają realną potrzebę zmian, koncentrując się na określonych potrzebach, często podpartych skonkretyzowanymi przykładami. Występujące bariery wiążą z ograniczeniami ekonomicznymi, przede wszystkim niedoinwestowaniem. Oczekiwane zmiany na poziomie lokalnym nie mogą jednak zajść bez wzmocnienia polityki państwa, ukierunkowanej na pomoc w rozwoju gospodarki turystycznej, w tym usprawnienie systemu prawnego i organizacyjnego. Remedium na zaistniałą sytuację należy upatrywać także we wzajemnej współpracy jednostek samorządu terytorialnego z centralnymi organami władzy, z zespołami tworzącymi dokumenty strategiczne, w połączeniu z konsultacjami społecznymi. Współpraca taka jest niezbędna w celu zagwarantowania większej spójności dokumentów (w ujęciu wertykalnym i horyzontalnym), a w konsekwencji realizację przyjętych w nich zadań.

6 Synteza uwarunkowań rozwojowych

W tej części diagnozy przedstawione zostały uwarunkowania, które stanowiły punkt wyjścia do przeprowadzenia analizy SWOT dla turystyki w województwie wielkopolskim.

Rozważania oparto na zaprezentowanych wcześniej analizach dotyczących obszarów problemowych województwa oraz barierach związanych z rozwojem turystyki na jego obszarze.

W porównaniu do analizy SWOT zrealizowanej na potrzeby Strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim z 2007 roku, w tym rozdziale przyjęto, że wszystkie czynniki endo- i egzogeniczne, niezależnie od ich charakteru (czynniki przyrodniczo-geograficzne, społeczno-gospodarcze, organizacyjno-prawne), uwzględnione zostaną łącznie.

Jak już zaznaczono, wśród różnorodnych czynników bezpośrednio lub pośrednio wpływających na obecny stan turystyki w województwie wielkopolskim najistotniejsze są:

1. czynniki przyrodniczo-geograficzne, czyli walory środowiska przyrodniczego i stopień ich degradacji, położenie geograficzne regionu,
2. czynniki społeczno-gospodarcze, czyli: poziom rozwoju społeczno-gospodarczego poszczególnych obszarów województwa, poziom samoorganizacji społeczności lokalnych, tradycje kulturowe poszczególnych regionów województwa, zasoby ludzkie i ich struktura,
3. czynniki organizacyjno-prawne, takie między innymi jak: skuteczność działania regionalnych i lokalnych organizacji turystycznych, lokalnych grup działania, stowarzyszeń turystycznych. W tej grupie czynników uwzględniono także rolę samorządów terytorialnych w rozwoju turystyki, w tym skuteczność ich działań promocyjnych,
4. czynniki infrastrukturalne, do których zaliczyć należy przede wszystkim dostępność komunikacyjną województwa, stan i strukturę infrastruktury turystycznej i paraturystycznej w województwie, a także nakłady na inwestycje w gospodarce turystycznej.

Oczywiście siła oddziaływania wymienionych grup czynników na obecny stan turystyki w województwie wielkopolskim jest różna, ale najistotniejsze wydają się być dzisiaj dwie pierwsze grupy.

6.1 Uwarunkowania rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim

Na podstawie dotychczasowych rozważań dotyczących potencjału turystycznego Wielkopolski oraz wybranych obszarów problemowych województwa można określić zarówno pozytywne jak i negatywne uwarunkowania rozwoju turystyki dla badanego obszaru.

UWARUNKOWANIA POZYTYWNE:

1. Atrakcyjność turystyczna

Województwo wielkopolskie uznać należy za atrakcyjne turystycznie, zwłaszcza biorąc pod uwagę fakt, że 31,6% jego powierzchni zajmują powierzchnie o szczególnych walorach przyrodniczych, prawnie chronione. Nie oznacza to jednak, iż turyści automatycznie równie wysoko postrzegają będą atrakcyjność Wielkopolski.

Charakterystyczną cechą Wielkopolski jest zróżnicowanie atrakcji turystycznych tak pod względem rodzaju (antropogeniczne, naturalne, „atmosfera miejsc”), jak i klasy (atrakcyjność wysoka – klasa międzynarodowa, bądź średnia krajowa lub regionalna). Jednocześnie zróżnicowanie to wyraża się w możliwości zaspakajania różnych rodzajów turystyki – wypoczynkowej, biznesowej, weekendowej, wycieczkowej, tranzytowej. Biorąc pod uwagę zróżnicowany portfel ofert, cecha ta może być wykorzystana w sposób pozytywny.

Z punktu widzenia klasy obiektów zdecydowanie ważniejszą rolę w ofercie turystycznej odgrywają obiekty antropogeniczne. Klasę międzynarodową przypisać można kilku obiektom bądź grupom obiektów, np. leżącym na Szlaku Piastowskim w jego wielkopolskiej części. Do obiektów, które mają lub mogą mieć klasę międzynarodową zaliczyć można dodatkowo Sanktuarium Matki Bożej Licheńskiej oraz Parowozownię Wolsztyn.

Do uwarunkowań pozytywnych zaliczyć należy czystość środowiska (w tej materii Wielkopolska plasuje się lepiej od średniej krajowej) oraz możliwość wykorzystywania dla celów turystyki ruchu generowanego w aglomeracjach (aglomeracja jako centrum „wysyłające” w atrakcyjne miejsca Wielkopolski turystów głównie weekendowych).

2. Tworzenie produktów

Tworzenie produktów turystycznych dla wybranych segmentów rozumiane powinno być nie tylko jako pojedyncza atrakcja czy obiekt, ale jako program turystyczny, ze wszystkimi urządzeniami umożliwiającymi realizację turystycznego łańcucha wartości.

Mając różne atrakcje (antropogeniczne, naturalne) do wyboru jako miejsca koncentracji ruchu turystycznego, można dokonać ich klasyfikacji z punktu widzenia zdolności do zaspokojenia potrzeb różnych rodzajów turystyki.

Metoda, którą zaprezentowano w rozdziale 1.4, opiera się na skonfrontowaniu potencjalnego popytu generowanego przez różne typy turystyki (wypoczynkowa, wycieczkowa weekendowa, biznesowa, tranzytowa) z możliwościami zaspokojenia tego popytu przez proponowane produkty dzięki wykorzystaniu posiadanych atrakcji. Postępowanie to wynika z konieczności dokonania założenia o selektywności realizacji strategii (nie będziemy planowali jednoczesnego rozwoju

i inwestowania we wszystkich wybranych regionach atrakcyjnych turystycznie, a w pierwszej kolejności jedynie w tych, które znajdują się na czołowych miejscach na mapie preferencji).

Z zaprezentowanej wcześniej mapy preferencji wynika, iż obszarem bezwzględnie priorytetowym dla rozwoju turystyki w Wielkopolsce jest Szlak Piastowski. Dlatego niezbędne jest stworzenie na nim jednolitego produktu turystycznego, który umożliwi duży rozwój zagranicznej i krajowej turystyki wycieczkowej i tranzytowej, duży rozwój krajowej turystyki weekendowej, a także zagranicznej turystyki biznesowej i weekendowej.

Pojęciu produktu odpowiada również częściowo Wielka Pętla Wielkopolski, która ma szansę stać się produktem o znaczeniu międzynarodowym (połączenie z zachodnioeuropejską siecią wodną oraz przez Kanał Bydgoski i Wisłę z Kaliningradem).

3. Wzrost dochodów

Podstawową przesłanką wzrostu uczestnictwa w turystyce ludności kraju są wzrastające dochody budżetowe i wzrost wynagrodzeń. W tej materii nastąpił ogromny progres. W latach 2000 – 2012 dochody budżetów gminnych per capita wzrosły o 250% (z 1174 zł do 2949 zł), a dochody budżetów miast na szczeblu powiatu o 245% (z 1979 zł do 4880 zł). Nawet przyjmując istniejące w owych latach wskaźniki inflacji, wzrost realny był dwukrotny (GUS – tablice przeglądowe). W ślad za tymi dochodami znacznie wolniej wzrastają dochody ludności. W latach 2005 – 2012 przeciętne wynagrodzenie w Wielkopolsce wzrosło o 50% (z 2150 złotych w 2005 do 3218 w 2012 roku).

4. Baza noclegowa jako wyznacznik podaży

Wyznacznikiem podaży turystycznej jest baza noclegowa. Obserwujemy tu zarówno zmiany ilościowe, jak i jakościowe. Bardzo dynamicznie wzrasta liczba hoteli – bazy skategoryzowanej, zaspakajającej w najlepszy sposób wymagania turystów. W latach 2000 – 2012 liczba hoteli w Wielkopolsce wzrosła z 71 do 216 obiektów, to jest ponad trzykrotnie.

Na podstawie danych z BDL można zaobserwować dwie tendencje:

- Szybszy wzrost bazy noclegowej w obiektach hotelarskich w wybranych regionach turystycznych Wielkopolski aniżeli w Poznaniu. Oznacza to, iż nie można mówić o regresie bazy noclegowej w ośrodkach prowincjonalnych. Wiele z nich wykorzystuje swoją rentę położenia (bliskość aglomeracji, położenie przy szlakach tranzytowych) i inwestuje w bazę turystyczną.
- Jednocześnie dostrzegalna jest poprawa jakości bazy i jej „urynkowanie”. Zarówno w Poznaniu, jak i w Wielkopolsce wzrasta liczba miejsc w obiektach hotelowych. Najszybciej rośnie liczba obiektów trzy- i czterogwiazdkowych. Maleje natomiast liczba miejsc w „innych obiektach” (tanich, nieskategoryzowanych i o niskim standardzie).

5. Możliwości rozwoju różnych form turystyki

5.1 Zagraniczna turystyka przyjazdowa

Otwarcie autostrady A2 znacznie zmniejszyło izochronę dla Poznania i przede wszystkim zachodniej Wielkopolski. Z Berlina do Poznania można dojechać w 2,5 godziny, a do zjazdu w Nowym Tomyślu w 2 godziny. Stwarza to potencjalne możliwości zwiększenia liczby turystów z Niemiec w okolicach Poznania (WPN), w regionie Nowego Tomyśla i Wolsztyna, w Puszczy Noteckiej oraz Sierakowskim Parku Krajobrazowym.

Jednocześnie istnieje możliwość korzystania przez turystów z atrakcji niejako po drodze, wykorzystując istniejące korytarze transportowe. Największe możliwości daje oś wschód – zachód. Zjazdy z autostrady w Nowym Tomyślu i Słupcy umożliwiają szybkie dotarcie do Nowego Tomyśla i Wolsztyna, a także Łądu, Kłodawy, Bazyliki w Licheniu, Kórnika i Rogalina.

Potencjalnie istnieją duże szanse rozwoju zagranicznej turystyki wypoczynkowej, głównie z Niemiec, w Puszczy Noteckiej, Sierakowskim Parku Krajobrazowym, a także na Wielkiej Pętli Wielkopolski. Wymagać to jednak będzie intensywnych prac nad poprawą infrastruktury (baza noclegowa, drogi), a później działań promocyjnych. Spory potencjał tkwi w możliwości wykorzystania ruchu tranzytowego na terenie Wielkopolski przede wszystkim wzdłuż autostrady. Dotyczy to głównie tranzytu ze wschodu (Rosja, Ukraina, Białoruś, kraje nadbałtyckie).

5.2 Turystyka krajowa

Możliwości rozwoju turystyki krajowej w Wielkopolsce są znacznie większe, chociaż ruch ten ogranicza się głównie do turystyki wycieczkowej, weekendowej i tranzytowej. Ruch ten w większości będzie miał charakter lokalny i regionalny.

Istnieje też duża szansa odrodzenia się turystyki zakładowej, a także turystyki osób starszych. Dla turystyki wypoczynkowej najbardziej przydatne wydają się być Puszcza Notecka, Wielka Pętla Wielkopolski, Sierakowski Park Krajobrazowy, region Piła – Jastrowie, Pojezierze Leszczyńskie, Pojezierze Gnieźnieńskie, czy jeziora konińskie. Obszary te wykorzystywane będą głównie przez mieszkańców Wielkopolski, Łodzi czy Śląska.

6. Infrastruktura drogowa i kolejowa

Na podstawie dokonanej analizy możemy stwierdzić, iż oś drogowa wschód – zachód została już zrealizowana. Autostrada Wielkopolska od Trzciela do Koła to odcinek liczący prawie 200 km, który jest fragmentem magistrali Berlin – Warszawa. Zrealizowano również równoleżnikowy korytarz

transportowy na południowym krańcu województwa między Sycowem a Walichnowami (odcinek 23 km drogi ekspresowej), ułatwiający penetrację południowej Wielkopolski, a także fragment odcinka północnego - 8 kilometrowa obwodnica Wyrzyska.

Stan linii kolejowych (w Wielkopolsce mamy 1906 km linii kolejowych) jest podobny do stanu infrastruktury drogowej. Główna magistrała wschód – zachód między granicą zachodnią w Kunowicach a Warszawą jest zmodernizowana i umożliwia rozwijanie szybkości do 160 km na godzinę. Znacznie gorzej przedstawiają się trasy biegnące południkowo.

7. Transport lotniczy

Obserwuje się lawinowy wzrost liczby połączeń i liczby pasażerów na poznańskim lotnisku Ławica. W latach 1998 – 2012 liczba pasażerów wzrosła ponad ośmiokrotnie (z 192.398 w 1998 do 1.594.929 w rekordowym 2012 roku). W ostatnich latach liczba ta uległa pewnemu zmniejszeniu, ale od początku 2014 roku odnotowujemy kolejne wzrosty. Wydaje się jednak, że te optymistycznie wyglądające dane nie mają większego wpływu na kształtowanie się ruchu turystycznego w Wielkopolsce.

UWARUNKOWANIA NEGATYWNE:

1. Atrakcyjność turystyczna

Wielkopolska nie jest w czołówce turystycznych regionów naszego kraju. Korzystający z noclegów w naszym województwie stanowią jedynie 7,1% nocujących w kraju.

Charakterystyczną cechą Wielkopolski jest zróżnicowanie atrakcji turystycznych tak pod względem rodzaju (antropogeniczne, naturalne, „atmosfera miejsc”), jak i klasy (atrakcyjność wysoka – klasa międzynarodowa) bądź średnia (krajowa lub regionalna). Może to być słabością wielkopolskiej oferty turystycznej (brak koncentracji na wybranym rodzaju turystyki).

Oprócz Poznania, jako wiodącej aglomeracji w regionie, są też aglomeracje drugoplanowe, do których zaliczyć należy Kalisz – Ostrów, Leszno, Piłę, Konin – Koło, a także Gniezno. Warunkiem rozwoju turystyki wokół tych aglomeracji jest powstanie nowoczesnej infrastruktury turystycznej oraz próba stworzenia kompleksowych produktów turystycznych. Będzie to jednak głównie ruch lokalny (wewnątrzwojewódzki).

Walory naturalne (lasy, jeziora, ukształtowanie powierzchni) mogą i powinny być wykorzystane przede wszystkim dla krajowego ruchu turystycznego. Warunkiem tego wykorzystania jest jednak posiadanie infrastruktury turystycznej (szlaki, przystanie, baza noclegowa i gastronomiczna, ochrona środowiska, parkingi) oraz tworzenie produktów turystycznych.

2. Tworzenie produktów

Tworzenie produktów turystycznych dla wybranych segmentów rozumiane jest nie tylko jako pojedyncza atrakcja czy obiekt, ale jako program turystyczny ze wszystkimi urządzeniami umożliwiającymi realizację turystycznego łańcucha wartości (trasy, infrastruktura usługowa i techniczna, przewodnicy, poprawa stanu otoczenia, szkolenia, programy kulturalne i imprezy, plany zagospodarowania przestrzennego, inwestycje w majątek infrastrukturalno – wytwórczy, połączenia jezior i regulacje szlaków wodnych, popieranie rozwoju specjalistycznych gospodarstw agroturystycznych itp.).

Jak już wspomiano w rozdziale 1.4, przyczyną wolniejszego niż by tego oczekiwano rozwoju turystyki w Wielkopolsce jest brak ujęcia produktowego ze strony samorządów i instytucji odpowiedzialnych za rozwój turystyki.

Konieczne jest również dokonanie założenia o selektywności realizacji strategii rozwoju województwa, które oznaczać będzie planowanie rozwoju i inwestowania w pierwszej kolejności w tych regionach atrakcyjnych turystycznie, które znajdą się na czołowych miejscach na mapie preferencji. Zwiększy to efektywność ponoszonych przedsięwzięć inwestycyjnych i operacyjnych.

Problemem może być jednak niedostosowanie bazy turystycznej do wzrostu ruchu turystycznego, tak pod względem ilościowym, jak i jakościowym.

3. Możliwości rozwoju różnych form turystyki

Do uwarunkowań negatywnych zaliczyć należy zmniejszanie się możliwości uprawiania turystyki przez takie grupy odbiorców jak młodzież, osoby starsze i mniej zamożne, obejmowane dotąd opieką socjalną.

Potencjalnie istnieją za to duże szanse rozwoju zagranicznej turystyki wypoczynkowej, głównie z Niemiec, w Puszczy Noteckiej, Sierakowskim Parku Krajobrazowym i na Wielkiej Pętli Wielkopolski. Bariery okazać się mogą jednak: niedostosowanie bazy noclegowej oraz infrastruktury usługowej i technicznej do potrzeb wzrastającego ruchu, a w dalszej kolejności: niewystarczające działania promocyjne.

4. Infrastruktura drogowa i kolejowa

Podkreślić należy niedostateczny rozwój infrastruktury, szczególnie na osi północ-południe. Kluczowym odcinkiem drogowym na tej osi jest droga S5, będąca połączeniem Wrocławia przez Poznań z Bydgoszczą. Na podstawie danych przedstawionych w diagnozie można przyjąć, iż ten kluczowy odcinek na osi północ - południe jest zrealizowany w 29%. Stopień realizacji w 2018 wynosić

będzie 69%, a całkowite jego ukończenie nastąpi w roku 2020. Północny odcinek tego szlaku komunikacyjnego z Poznania do granic Wielkopolski jest już w użytkowaniu do Gniezna (35 km). Ukończony zostanie do roku 2018, po wybudowaniu 18 km odcinka z Gniezna do Mielna.

Znacznie gorsze perspektywy dotyczą drogi S11 prowadzącej z Czech i Moraw do Kołobrzegu. Na tym odcinku realizowane są jedynie obwodnice Jarocina i Ostrowa, które zostaną ukończone do końca 2015 roku. Ograniczy to znacznie przepływy turystów (dane z GDDKiA).

Sytuację pogarsza fakt powstania „konkurencyjnej” dla Wielkopolski arterii komunikacyjnej (droga ekspresowa S3), ukończonej już na odcinku z Sulechowa omalże do Wolina. Powoduje to „przekierowanie” ruchu turystycznego z Poznania i Łodzi poprzez autostradę A2 na nową arterię północ – południe, a także z Wrocławia i Katowic oraz Republiki Czeskiej poprzez autostradę A4 na drogę ekspresową S3.

W przypadku transportu kolejowego, podobnie jak w sieci drogowej, znacznie gorzej przedstawiają się trasy południkowe. Kluczowa linia z Wrocławia do Poznania na odcinku wielkopolskim zaczyna dopiero być modernizowana (rozpoczęto modernizację odcinka z Czempinia do Poznania). Linia ze Śląska do Poznania modernizowana jest tylko na niewielkim odcinku (od granicy województwa do Ostrzeszowa). Szybciej postępują prace na odcinku od Poznania Wschód do Bydgoszczy. Linie kolejowe mają jednak znaczenie przede wszystkim dla przewozu turystów między miastami i nie mogą konkurować z infrastrukturą drogową w dostępie do poszczególnych regionów turystycznych.

5. Infrastruktura komunalna

Jednym z czynników umożliwiających rozwój turystyki jest poprawa infrastruktury komunalnej (przede wszystkim kanalizacji, wodociągów i gazu).

W miastach jest to problem rozwiązany, natomiast dużo gorzej przedstawia się sytuacja na obszarach wiejskich, będących istotną częścią składową regionów mogących oferować usługi dla turystyki wypoczynkowej weekendowej, czy tranzytowej. Innym poważnym problemem jest dostęp do sieci kanalizacyjnej i gazowej (dane liczbowe w tym zakresie przedstawiono w rozdziale 1.4).

Fakty te mogą rodzić wątpliwości co do możliwości rozwoju turystyki na wielu obszarach o atrakcyjnych walorach naturalnych i antropogenicznych.

6.2 Identyfikacja i ocena głównych problemów, determinant i wyzwań rozwojowych dla turystyki w województwie wielkopolskim (wnioski i rekomendacje)

Jak jednoznacznie wykazano w poszczególnych częściach niniejszego opracowania, województwo wielkopolskie z uwagi na osiągnięty poziom i charakter rozwoju społeczno-gospodarczego, wielowiekowe tradycje kulturowe i cywilizacyjne, a także posiadany potencjał walorów turystycznych (szeroko rozumianych), predysponuje do miana jednego z wiodących centrów turystyki w Polsce, w skali co najmniej europejskiej.

Wiodącym w tym względzie jest Poznań, jako jeden z największych w kraju ośrodków gospodarczych, kulturowych, naukowych i administracyjnych, przyciągający w ciągu roku tysiące turystów krajowych i zagranicznych.

Także inne miasta Wielkopolski, jak np. Gniezno, Leszno, Kalisz, Konin czy Piła mogą stać się znaczącymi ośrodkami turystycznymi, jednak (jak to podkreślono w podrozdziale 1.4.) w ośrodkach tych konieczne jest tworzenie nowoczesnej infrastruktury turystycznej i kompleksowych produktów turystycznych.

Istotnym problemem turystyki w województwie wielkopolskim jest brak spójnej polityki turystycznej w regionie.

Mimo ogromnych wysiłków władz samorządowych województwa nie udało się w pełni opracować platformy współpracy między samorządami terytorialnymi na rzecz rozwoju turystyki. Znaczącym przykładem może być niedostateczna współpraca jednostek organizacyjnych odpowiadających za turystykę w Urzędzie Miasta Poznania z Departamentem Sportu i Turystyki Urzędu Marszałkowskiego oraz Wielkopolską Organizacją Turystyczną w zakresie tworzenia wspólnych markowych produktów turystycznych i wspólnej strategii ich promocji.

Podobnie niedostateczna jest nadal współpraca niektórych powiatów i gmin, często sąsiedzkich, na rzecz rozwoju turystyki na danym obszarze. Szczególnie brak jest działań w zakresie tworzenia regionalnych produktów turystycznych dla określonych grup turystów, produktów mających charakter nowoczesnych programów turystycznych, zaspokajających wszelkie potrzeby konsumenta – turysty.

Z badań przedstawionych w niniejszej diagnozie wynika, że istotnym problemem są nadal niedostateczne środki finansowe przeznaczane na rozwój turystyki na poziomie samorządów lokalnych. Jest to o tyle zastanawiające, iż generalnie rzecz biorąc, kondycja finansowa wielkopolskich samorządów terytorialnych jest relatywnie lepsza niż samorządów w innych częściach Polski. Władze samorządowe gmin i miast wielkopolskich nie mają często pełnej świadomości korzyści, jakie dać może rozwój turystyki danemu obszarowi. Niestety turystyka przegrywa często w staraniach o środki

finansowe z innymi dziedzinami. Zdarza się również, iż decyzje władz samorządowych przyczyniają się do degradacji naturalnych walorów turystycznych, które dziś narażone są na intensywną działalność przemysłową, a które w przyszłości będzie trudno odtworzyć (np. kopalnie węgla brunatnego w powiecie konińskim degradujące jeziora na pojezierzu Gnieźnieńsko-Kujawskim).

Województwo wielkopolskie ma do zaoferowania turystom krajowym i zagranicznym bogatą paletę atrakcyjnych, często unikatowych, produktów turystycznych. Rzecz w tym, aby udało się zintegrować poczynania wszystkich instytucji, organizacji oraz podmiotów gospodarczych działających w sektorze turystyki na rzecz dynamicznego rozwoju turystyki na tym obszarze.

Pomocna w tym względzie będzie nowa strategia rozwoju turystyki w Wielkopolsce, uwzględniająca zmiany jakie dokonują się w otoczeniu turystyki w kraju i na świecie, a także prezentująca innowacyjne podejście do przyszłościowych problemów czekających wielkopolską turystykę.

Bibliografia

LITERATURA, MATERIAŁY ŹRÓDŁOWE:

- Anders P., Szafrński A., 2004, *Ochrona przyrody*, [w:] *Wielkopolska Nasza Kraina*, t. I, red. W. Łęcki, Woj. Biblioteka Publiczna i Centrum Animacji Kultury, Wydawnictwo Kurpisz S.A., Poznań
- Bartkowski T., 1971, *Ogólna charakterystyka środowiska geograficznego*, [w:] Poznań, rozwój miasta w Polsce Ludowej, Warszawa
- Bereszyński A., 2004, *Zwierzęta. Zwierzęta żyjące na wolności*, [w:] *Wielkopolska Nasza Kraina*, t. I, red. W. Łęcki, Woj. Biblioteka Publiczna i Centrum Animacji Kultury, Wydawnictwo Kurpisz S.A., Poznań
- Biostat, 2013, *Badanie ruchu turystycznego w Wielkopolsce w roku 2011 i 2013 - wielkość, struktura oraz ocena jakości usług turystycznych i określenie turystycznego wizerunku Wielkopolski*, opracowanie wyników II tura badania, Poznań.
- Błażejczyk K., 1985, *Analiza stosunków opadowych w Polsce z punktu widzenia rekreacji i klimatoterapii*, *Przegląd Geograficzny*, 57, 1-2, s. 139-155.
- Błażejczyk K., 1994, *Atlas zasobów, walorów i zagrożeń środowiska geograficznego Polski*, tabl. 4, PAN, IGiPZG, Warszawa.
- Błażejczyk K., Kunert A., 2011, *Bioklimatyczne uwarunkowania rekreacji i turystyki w Polsce*. PAN, IGiPZ im. S. Leszczyńskiego, Monografie, 13, Warszawa.
- Bosiacki S., Śniadek J., Hołderna-Mielcarek B., Majchrzak K., 2011, *Rozwój rynku turystycznego Poznania 2000-2030*, AWF w Poznaniu, Poznań.
- Bramwell B., Lane B. 1999. *Collaboration and partnership for sustainable tourism*. "Journal of Sustainable Tourism. Special Issue on Collaboration and Partnership", nr 7, s. 179-181.
- Bródka S., Zmyślony P., red., 2012, *Turystyka w aglomeracji poznańskiej*, Biblioteka Aglomeracji Poznańskiej Nr 20, Centrum Badań Metropolitalnych UAM, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań.
- Byszewska-Dawidek M., Radkowska B., *Turystyka Polska w 2012 roku. Układ Regionalny*, Warszawa 2013.
- Centrum Badań Metropolitalnych Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, *Metropolia Poznań 2020 – Strategia Rozwoju Aglomeracji Poznańskiej*, Poznań 2011.
- Choiński A., 1992, *Katalog jezior Polski*. Wyd. Nauk. UAM, Poznań
- Churski P., Dominiak J., Dolata M., Konecka- Szydłowska B., Perdał R., 2009. Spójność terytorialna regionu wielkopolskiego w aspekcie funkcjonalnym [w:] projekt *Spójność i konkurencyjność regionu wielkopolskiego*. Działanie 5. Spójność terytorialna regionu wielkopolskiego jako spójność funkcjonalna, próba jej interpretacji w kategoriach komplementarności funkcji, współpracy, synergii i powiązań społeczno-gospodarczych w układzie wewnątrzregionalnym. 2009.
- Cohen E. 1988. *Authenticity and Commoditization in Tourism*. "Annals of Tourism Research", no 15, pp. 371-386.
- Cybulka P., 2012, *Usługi turystyczne*. Komentarz, LEX 2012.
- Davidson R., Cope B., 2003, *Turystyka biznesowa*, Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa
- Deja W., 2001, *Przydatność rekreacyjna strefy brzegowej jezior polski*, Bogucki Wyd. Naukowe, Poznań.

Departament Turystyki, *Wydatki jednostek samorządu terytorialnego na turystykę w 2012 roku*. [dostęp: 2014.09.04].

Diagnoza sytuacji społeczno-gospodarczej w województwie wielkopolskim. Zarząd Województwa Wielkopolskiego, 2011.

Długookresowa Strategia Rozwoju Kraju - Polska 2030. Trzecia fala nowoczesności, Ministerstwo Administracji i Cyfryzacji, Warszawa 2013, www.mac.gov.pl

Dyrektywa Rady z dnia 13 czerwca 1990 r. w sprawie zorganizowanych podróży, wakacji i wycieczek (90/314/EWG).

Dziedzic E. 1998. *Obszar recepcji turystycznej jako przedmiot zarządzania turystycznego*. Monografie i opracowania nr 442. Szkoła Główna Handlowa, Warszawa.

Eco U. 1986. *Travels in Hyperreality*. Pikador, London.

Fjellmann S. 1992. *Wynyl Leaves: Walt Disney Word and America*. Westview Press, Boulder.

Francuz M., Francuz S., 2013, *Przewodnik Dolny Śląsk otwarty dla każdego*, Urząd Marszałkowski Województwa Dolnośląskiego, Wrocław 2013.

Fuks K., 2010, *Regionalna Strategia Innowacji dla Wielkopolski na lata 2010-2020*, Poznań

Fundusze Europejskie 2014-2020 - informacje ogólne [w:] Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju [dostęp: 04.09.2014 r.].

Gaworecki W.W., 2003. *Turystyka*. PWE, Warszawa

Główny Urząd Statystyczny, Departament Badań Społecznych i Warunków Życia, *Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych w 2013 roku – notatka informacyjna, 2014*.

Główny Urząd Statystyczny-Urząd Statystyczny w Szczecinie, *Transport wodny śródlądowy w 2013 roku*

Gnieźnieńska Agencja Rozwoju Gospodarczego Sp. z o.o., *Strategia rozwoju turystyki dla Powiatu Gnieźnieńskiego z ujęciem produktów turystycznych na lata 2008 – 2020*, Gniezno 2007.

Gołębowski G. (red.), 2009, *Vademecum pilota grup turystycznych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań.

Gołębowski G., (red.), 1999, *Regionalne aspekty rozwoju turystyki*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa

Gorzela G. 2000. *Zewnętrzna interwencja jako czynnik rozwoju lokalnego (na przykładzie Programu Inicjatyw Lokalnych)*. "Studia regionalne i lokalne", nr 3.

Grefe X. 1994. *Is Rural Tourism a Lever for Economic and Social Development*, "Journal of Sustainable Tourism", vol. 2, no 1, pp. 22-40.

Grzywacz A., 2009, *Niektóre problemy tworzenie prawa turystyki w lasach i na obszarach przyrodniczo cennych*, Studia i Materiały Centrum Edukacji Przyrodniczo-Leśnej R.11, Zeszyt 4 (23)

GUS, 2008, *Turystyka w 2007r*, Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa.

GUS, 2009, *Turystyka w 2008r*, Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa.

GUS, 2010, *Turystyka w 2009r*, Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa.

GUS, 2011, *Turystyka w 2010r*, Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa.

GUS, 2012, *Turystyka w 2011r*, Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa.

GUS, 2013, *Turystyka w 2012r*, Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa.

GUS, 2014, *Turystyka w 2013r*, Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa.

- Hjalager A. M., 2010, *A review of innovation research in tourism*, Tourism Management, vol. 31 (1)
- ICCA, 2013, *Statistics Report 2002-2012: International Association Meetings Market*, International Congress and Convention Association, Amsterdam.
- Idziak W. 2004. *O odnowie wsi*. Fundacja Wspomagania Wsi, Warszawa.
- Instytut Turystyki, 2012, Dane statystyczne dotyczące turystyki w województwie wielkopolskim
- Instytut Turystyki, 2013, *Turystyka - dane statystyczne dla woj. wlkp. 2006-2012*, materiał nieopublikowany, Warszawa.
- Janczak K., Patelak K., 2014, Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych w 2013 roku, Łódź.
- Kaczmarek J., Stasiak.A., Włodarczyk B., 2005. *Produkt turystyczny. Pomysł, organizacja, zarządzanie*, PWE, Warszawa.
- Kaczorowska Z., 1977, *Pogoda i klimat*, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa.
- Kasprzak K., Raszka B. 1997. *Nowe granice Wielkopolskiego Parku Narodowego*. "Kronika Wielkopolski", Poznań, nr 2 (81), ss. 159-162.
- Kasprzak K., Raszka B. 2002. *Gospodarka turystyczna w koncepcji polityki przestrzennego zagospodarowania kraju do 2030 roku*. W: St. Bosiacki (red.), *Gospodarka turystyczna w XXI wieku – stan obecny i perspektywy*. Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego, Poznań, ss. 31-57.
- Kasprzak K., Raszka B. 2004. *Obszary wypoczynkowe Wielkopolski*. W: S. Bosiacki i J. Grell (red.), *Gospodarka turystyczna w XXI wieku. Szanse i bariery rozwoju w warunkach integracji międzynarodowej*. Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego, Poznań, ss. 273-280.
- Klebba E., 2013. *Przestrzeń turystyki literackiej w województwie wielkopolskim*. Turystyka i Rekreacja. Studia i Prace, 10. Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań.
- Kondracki J., 1994, *Mezoregiony fizyczno-geograficzne*, PWN, Warszawa.
- Kondracki J., 2010, *Geografia regionalna Polski*. Wyd. PWN, Warszawa
- Kondracki J., 2013, *Geografia regionalna Polski*, Wyd. PWN, Warszawa
- Kowalczyk A., Derek M., 2010. *Zagospodarowanie turystyczne*. PWN. Warszawa.
- Kozacki L., Kowalewski G., Matuszyńska I., Rosik W. 1994. *Teledetekcyjna analiza transformacji i labilności stref zagrożenia ekologicznego Wielkopolskiego Parku Narodowego*. W: *Geoekosystem Wielkopolskiego Parku Narodowego jako obszaru chronionego podlegającego antropopresji*. BOGUCKI Wydawnictwo Naukowe, Poznań, ss. 155-169.
- Kozłowska – Szczęśna T., 1994, *Atlas zasobów, walorów i zagrożeń środowiska geograficznego Polski*, tabl. 6, PAN, IGIPIZG, Warszawa.
- Kozłowska-Szczęśna T., Błażejczyk K., Krawczyk B., Milanówka D., 2002, *Bioklimat uzdrowisk polskich i możliwości jego wykorzystania w lecznictwie*, Monografie IGIPIZ, 3, Warszawa.
- Kozłowski A., Swędrzyński A., 2007, *Roślinność*, [w:] *Przyroda Wielkopolski*, red. W. Łęcki, Wyd. Wojewódzkiej Biblioteki Publicznej i Centrum Animacji Kultury.
- Kożuchowski K., 2005, *Walory przyrodnicze w turystyce i rekreacji*, Wydawnictwo Kurpisz S.A., Poznań
- Krajowa Strategia Rozwoju Regionalnego 2010 – 2020: Regiony, Miasta, Obszary Wiejskie*, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2010, www.mrr.gov.pl
- KRBDR 2013, *Stan bezpieczeństwa ruchu drogowego oraz działania realizowane w tym zakresie*. Krajowa Rada Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego.

- Kruczek Z. 2009, *Polska. Geografia atrakcji turystycznych*, Proksenia, Kraków.
- Kruczek Z., Kurek A., Nowacki M., 2010, *Krajoznawstwo. Teoria i metodyka*, Wyd. Proksenia, Kraków
- Krzyszowska-Kostrowicka A., 1997, *Geoekologia turystyki i wypoczynku*, PWN, Warszawa.
- Kurek W. (red) *Turystyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN . Warszawa.
- Leśnictwo*, 2012, GUS.
- Lijewski T., Mikułowski B., Wyrzykowski J., 2008, *Geografia turystyki Polski*, PWE, Warszawa
- Liszewski S., Włodarczyk B., *Wpływ autostrady A-2 Warszawa-Berlin (na odcinku od Strykowa do granicy z Niemcami) na kształtowanie regionów turystycznych* [w] red. Gołembski G. Wpływ autostrady Warszawa-Berlin na rozwój turystyki w regionie. Wydawnictwo PWSZ w Sulechowie, Sulechów 2011
- Łaciak J., 2013, *Aktywność turystyczna mieszkańców Polski w wyjazdach turystycznych w 2012 roku*.
- Łęcki W. (red.), 2005, *202 x Wielkopolska*, Wojewódzka Biblioteka Publiczna i Centrum Animacji Kultury, Poznań
- Łęcki W. (red.), *Kanon krajoznawczy województwa wielkopolskiego*, Bogucki, Wydawnictwo Naukowe, Poznań 2010.
- Łęcki W., Kucharski B., Mielewczyk P, *Znakowane piesze szlaki turystyczne województwa wielkopolskiego. Ocena stanu istniejącego. Program nowego układu*, UMWW, Poznań 2011.
- Łobożewicz T., 1994, *Atlas zasobów, walorów i zagrożeń środowiska geograficznego Polski*, tabl. 7, PAN, IGiPZG, Warszawa.
- Majewski J. 2005. *Wprowadzenie do agroturystyki*. Akademia Kletta, Warszawa.
- Majewski J. Lane B. 2003. *Turystyka wiejska i rozwój lokalny*. Fundacja Edukacja dla Demokracji. Warszawa.
- Mandell M.P. 1999. *The impact of collaborative efforts: Changing the face of public policy through, networks and network structures*. "Policy Studies Review", no. 16 (1), pp. 4-17
- Marketingowa Strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020*, POT, Warszawa 2012
- Matuszewska D., 2011- *Atrakcyjność wizualna Traktu Królewsko- Cesarskiego w Poznaniu dla potrzeb turystyki pieszej* [W:] *Turystyka i Rekreacja- Studia i Prace*. Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki (t.VIII) *Gospodarka turystyczna, Produkt turystyczny, Zagospodarowanie turystyczne*, Młynarczyk Z., Zajadacz A., Matuszewska D. (red). Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań
- Mazgajska H., 2002, *Aktywność innowacyjna polskich małych i średnich przedsiębiorstw w procesie integracji z Unia Europejska*. Prace habilitacyjne 4, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań
- Medlik S., 2003, *Dictionary of travel, tourism and hospitality*, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2013, *Raport: Cykliczne eventy kulturalne Wielkopolski – 2013*, „Turystyka Kulturowa”, Nr 12, ss. 78-91.
- Mikos von Rohrscheidt A., *Turystyka Kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy. Podręcznik akademicki*, Wyd. KMB Druk, Gniezno 2008
- Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, *Strategia Rozwoju Kraju 2020*, Warszawa 2012.
- Moseley M.J. 1979. *Accessibility: The Rural Challenge*. Methuen. London.
- Obiekty sportowe Wielkopolski*, stan październik 2014, A. Wojtyś, materiały Departamentu Sportu i Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego w Poznaniu

Obszary wyróżniające się możliwościami rozwojowymi w dziedzinie turystyki [w] Strategia rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim. Zarząd Województwa Wielkopolskiego – Urząd Marszałkowski Województwa Wielkopolskiego – Instytut Turystyki w Warszawie, Poznań 2007, s. 71 i następane.

Ochrona środowiska, 2012, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa.

Ochrona środowiska, 2013, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa.

Panorama on tourism, Eurostat, European Commission, 2008

Piwowarczyk Z. 1988. *Problem ochrony Wielkopolskiego Parku Narodowego na tle rozwoju terytorialnego aglomeracji poznańskiej*. W: I. Dąbbska, S. Bałazy, R. Pawuła (red.), Wielkopolski Park Narodowy. Problemy ochrony i kształtowania środowiska przyrodniczego. PWN, Warszawa-Poznań, ss. 139-148.

Plan gospodarowania wodami na obszarze dorzecza Odry, M.P. 2011 nr 40 poz. 451.

Plan zagospodarowania przestrzennego województwa wielkopolskiego. Samorząd Województwa Wielkopolskiego, Poznań 2010.

Płocka J., 2002. *Wybrane zagadnienia z zagospodarowania turystycznego*. Cz. I. Centrum Kształcenia Ustawicznego. Toruń.

Podróże Polaków w 2013 r. Podstawowe wyniki badań. Activ Group, na zlecenie Ministerstwa Sportu i Turystyki, 2014.

Powierzchnia i ludność w przekroju terytorialnym w 2013 r., GUS 2013.

Poznański rynek nieruchomości - 2014, Colliers International, Urząd Miasta Poznania, Poznań 2014

Program ochrony środowiska województwa wielkopolskiego na lata 2012 – 2015, opracowanie: Kobiela K., Moczulski M., Polus M., Zarzycki J., Arcadis Sp. z o.o., Poznań 2012

Program Rozwoju Przedsiębiorstw do 2020 roku, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa 2013, www.mg.gov.pl

Program Rozwoju Turystyki do 2020, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Warszawa 2015

Raport o stanie środowiska w województwie wielkopolskim w roku 2013, Wojewódzki Inspektorat Ochrony Środowiska w Poznaniu, 2014.

Raport o stanie środowiska w województwie wielkopolskim w roku 2012, Wojewódzki Inspektorat Ochrony Środowiska w Poznaniu, 2013.

Raszka B. 2003. *Poznański Przełom Warty w planowaniu systemów ekologicznych*. BOGUCKI Wydawnictwo Naukowe, Warszawa, 199 s.

Ratajczak W. 1992. *Modelowanie sieci transportowych*. Wyd. Naukowe UAM. Poznań.

Realizacja „Strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim na lata 2007-2013”. ANKIETA. Materiały archiwalne udostępnione przez Urząd Marszałkowski Województwa Wielkopolskiego, lipiec-wrzesień 2014 r.

Roczniki statystyczne GUS, lata 2006-2013

Roczniki statystyczne województwa wielkopolskiego, lata 2006-2013

Roczniki statystyczne województwa wielkopolskiego, lata 2006-2013

Rogalewski O., 1977. *Zagospodarowanie turystyczne*. WSiP. Warszawa

Rogowski M., Kuc M., 2013, *Możliwości rozwoju turystyki piwnej w oparciu o browary regionalne Wielkopolski, Dolnego Śląska i Ziemi Lubuskiej*, Włodarczyk B. (red), Warsztaty z geografii turystyki

Tom 3, Nowe - Stare Formy turystyki w przestrzeni, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, str. 199-216

Rotnicki K., 1960, *Oz Bukowsko-Mosiński*, PTPN, Poznań

Rotnicki K., 1966, *Rzeźba Wzgórz Ostrzeszowskich jako rezultat rozwoju stoku podczas Würmu*, PWN, Poznań-Warszawa

Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 22 października 1996 r. w sprawie Wielkopolskiego Parku Narodowego. Dz. U. Nr 130, poz. 613;

Różycki P. 2006. *Zarys wiedzy o turystyce*. Proksenia, Kraków.

Ruszkiewicz M. 1997. *Wyobrażenia i oczekiwania gospodarstw domowych względem usług agroturystycznych*. Fundacja Rozwoju Turystyki, Warszawa.

Rynek partnerstwa publiczno-prywatnego 2009-30.IX.2013 r. – Raport Rynku PPP. Ocena obecnego stanu i perspektyw finansowego zaangażowania sektora prywatnego i publicznego w rozwój partnerstwa publiczno-prywatnego w Polsce, Warszawa 2013, <http://bazapp.gov.pl/static/uploads/raportrynkuppp.pdf> [dostęp: 2014.09.03].

Seifert O. 2006. *Czynniki sukcesu zintegrowanego rozwoju regionalnego*. Fundacja im. Heinricha Bölla. www.boell.pl

Selwyn T. (ed.) 1996. *The Tourist Image: Myths and Myth Making In Tourism*. John Wiley, Chichester, New York.

Stan turystyki w Poznaniu i okolicach w roku 2013, Poznańska Lokalna Organizacja Turystyczna, Poznań 2014

Stankowski W., 1999, *Wielkopolska*, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne S.A., Warszawa

Starzyński A., 2005, *Archeologia Wielkopolski*, *Archeologia Żywa* nr 3 (33)

Stasiak A. 2006. *Produkt turystyczny- szlak*, *Turystyka i Hotelarstwo*, 10, 9-40.

Strategia Innowacyjności i Efektywności Gospodarki „Dynamiczna Polska 2020”, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa 2013, www.mg.gov.pl

Strategia Rozwoju Kraju 2020. Aktywne społeczeństwo, konkurencyjna gospodarka, sprawne państwo, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2012, www.mrr.gov.pl

Strategia Rozwoju Miasta Poznania do roku 2030, Poznań 2010.

Strategia Rozwoju Transportu do 2020 roku (z perspektywą do roku 2030), Ministerstwo Transportu, Budownictwa i Gospodarki Morskiej, Warszawa 2013, www.mir.gov.pl

Strategia rozwoju województwa wielkopolskiego do 2020 roku. Wielkopolska 2020.

Strategia wzrostu efektywności energetycznej i rozwoju odnawialnych źródeł energii w Wielkopolsce na lata 2011-2020, Wielkopolska Agencja Zarządzania Energią, Poznań 2011 r.

Strzembicki L. 1997, 2001, 2003. *Charakterystyka usług świadczonych przez gospodarstwa wiejskie*. Instytut Turystyki, Warszawa.

Swarbrooke J., Horner S., 2001, *Business travel and tourism*, Butterworth-Heinemann, Oxford.

Szafer W., Zarzycki K. (red.), 1977, *Szata roślinna Polski t. I i II*, PWN, Warszawa.

Szmatuła P., Zmyślony P., 2012. *Baza noclegowa [w:] Turystyka w aglomeracji poznańskiej*. Biblioteka Aglomeracji Poznańskiej, 20. Bogucki Wydawnictwo Naukowe. Poznań.

Szmidt 2013, *Turystyka wodna w Wielkopolsce*, WOT Poznań

- Śniadek J., Zajadacz A., 2008, *Strategia rozwoju turystyki w Regionie Leszczyńskim*. Wyd. PWSZ w Lesznie, Leszno.
- Timothy D.J. 1998. *Cooperative tourism planning in a developing destination*. "Journal of Sustainable Tourism", no. 6 (1) ss. 52-68.
- Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych, 2005*. Główny Urząd Statystyczny, Warszawa.
- Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych, 2009*. Główny Urząd Statystyczny, Warszawa.
- Turystyka kolejowa w Wielkopolsce, koncepcja produktu turystycznego*, Wielkopolska Organizacja Turystyczna w Poznaniu, 2008
- Turystyka konna*, broszura informacyjna, Wielkopolska Organizacja turystyczna
- Turystyka w 2013 r.*, GUS, Warszawa 2014.
- Uchwała nr 104 Rady Ministrów*, Monitor Polski 2013, poz.640, www.isap.sejm.gov.pl
- Uchwała nr 163 Rady Ministrów*, Monitor Polski 2012, poz.839, www.isap.sejm.gov.pl
- Uchwała nr 61 Rady Ministrów*, Monitor Polski 2013, poz. 378, www.isap.sejm.gov.pl
- UIA, 2013, *International Meetings Statistics Report for the year 2012*, Union of International Associations, Brussels.
- Ustawa z dnia 18 lipca 2001 r. Prawo wodne* (Dz. U. 2001 Nr 115 poz. 1229).
- Ustawa z dnia 29 stycznia 2004 r. - Prawo zamówień publicznych* (Dz.U. 2004 nr 19 poz. 177).
- Vickerman R.W. 1974. *Accessibility, attraction and potential: a review of some concepts and their use determining mobility*. *Envir. Plann.*, A, 6: 675-692
- Wang N. 1999. *Rethinking Authenticity in Tourism Experience*. "Annals of Tourism Research", vol. 26, no 2 pp. 349-370.
- Warszyńska J., Jackowski A. 1978. *Podstawy geografii turystyki*. Wyd. PWN, Warszawa
- Wielkopolska Organizacja Turystyczna. Wydawnictwa
- Województwo Wielkopolskie. Podregiony-Powiaty-Gminy*. 2013.Urząd Statystyczny w Poznaniu.
- Województwo wielkopolskie. *Podregiony-powiaty-gminy.2013*. Urząd Statystyczny w Poznaniu. Poznań
- World Tourism Barometer and Statistical Annex*, April 2014, UNWTO.
- World Tourism Barometer*, vol. 12, April 2014.
- Woś A., 1996, *Meteorologia dla geografów*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Woś, A.,1999, *Klimat Polski*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Wskaźniki monitorowania realizacji strategii*, materiały archiwalne Urzędu Marszałkowskiego.
- Wyjazdy wypoczynkowe Polaków w 2013 r. i plany na rok 2014*, CBOS, 2014
- Zagraniczna turystyka przyjazdowa do Polski w 2013 r.*, 2014, K. Janczak, K. Patelak, Active Group, na zlecenie Ministerstwa Sportu i Turystyki, 2014.
- Zajadacz A., Śniadek J., 2010, *Klaster turystyczny jako forma współpracy podmiotów gospodarki turystycznej w powiecie leszczyńskim* [w:] *Gospodarka turystyczna w XXI wieku*, Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Handlu i Usług w Poznaniu, zeszyty Naukowe nr 19, 2010: 169 -181.
- Zajadacz A., Śniadek J., 2014, *Modele niepełnosprawności jako determinanty przeobrażeń struktury podażowej rynku turystycznego dostępnego dla osób niepełnosprawnych*. [W:] *Ewolucja podaży i popytu w turystyce*. Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii, Sucha Beskidzka: 208-230.

Załącznik do Uchwały Rady Miasta Poznania nr LXIV/1010/VI/2014 z dnia 18 marca 2014 r., *Badania i Opracowanie Planu Transportowego Aglomeracji Poznańskiej. Plan Zrównoważonego Rozwoju Publicznego Transportu Zbiorowego dla Miasta Poznania na lata 2014-2025*, Poznań 2014.

Zarząd Województwa Wielkopolskiego, Sprawozdanie z wykonania budżetu województwa wielkopolskiego za 2012 rok, Poznań 2013.

Zmyślony P. 2006. *Koncepcja systemu turystyki w regionie jako podstawa programowania rozwoju regionów turystycznych*, W: G. Gołębowski (red.), *Turystyka w ujęciu podmiotowym i przestrzennym*. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej. Poznań.

Znakowane piesze szlaki turystyczne województwa wielkopolskiego - ocena stanu istniejącego – program nowego układu, W. Łęcki, B.Kucharski, P. Mielewczyk, Departament Sportu i Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego, czerwiec 2011.

INTERNET:

Charakterystyka wód leczniczych, termalnych, solanek, Bank Wód Mineralnych, Państwowy Instytut Geologiczny, <http://mineralne.pgi.gov.pl/> [dostęp 12.09.2014].

Główny Inspektorat Ochrony Środowiska. Raport Regionalny, http://www.gios.gov.pl/stansrodowiska/gios/pokaz_artykul/pl/front/raport_regionalny/wielkopolskie [dostęp: 15.09.2014].

Mazurek M., 2014, *Wielkopolska zarys geograficzny i historyczny*, <http://www.staff.amu.edu.pl/~gmazurek/zpd/wielko.htm> [dostęp: 12.09.2014].

www.ztm.poznan.pl [dostęp: 2014.09.05]

www.paiz.gov.pl

www.plk-inwestycje.pl

www.poznan.stat.gov.pl

www.stat.gov.pl/bdl/

www.gddkia.gov.pl

www.gpswielkopolska.pl

www.regionwielkopolska.pl

www.wielkopolska.travel

www.pgi.gov.pl

www.poznan.lasy.gov.pl

<http://crfop.gdos.gov.pl/CRFOP>

<http://obszary.natura2000.org.pl>

www.pttk.pl

www.www.mtp.pl [dostęp: 1.09.2014]

Cylka T., 2014, *Osiemnasta Lednica na ponad 60 tys. młodych*,

http://wyborcza.pl/1,75478,16119711,Osiemnasta_Lednica_na_ponad_60_tys__mlodych.html, [dostęp 2014.09.30]

Dlaczego Malta?!, http://maltaski.pl/files/32491/dlaczego_malta.pdf, (dostęp: 2014-09-30)
2012, *Podsumowanie roku 2011*,
http://www.lichen.pl/pl/361/n_383/podsumowanie_roku_2011_w_sanktuarium, [dostęp 2014.09.30]
2013, *Stary Browar kończy 10 lat!*, <http://www.codziennypoznan.pl/stary-browar-konczy-10-lat,8950,24,akt.html#VDtwxFeQXak> , [dostęp: 2014.09.30]
2014, *Coraz mniej turystów w Gnieźnie*, <http://www.radiomerkury.pl/informacje/pozostale/coraz-mniej-turystow-w-gnieznie.html>, [dostęp 2014.09.30]
2014, *Pierwsze urodziny Poznań City Center*, <http://poznancitycenter.pl/aktualnosci-67.html>, (dostęp: 2014-09-30)
<http://trail.pl>
www.zpkww.pl
<http://www.stadoogierow.eu/Szlak-konny.html>
<http://www.mpk.poznan.pl> [dostęp 20.05.2012]
Europejski Szlak Romański (<http://www.map4u.pl/pl/cms/artykuly/inspiracjeturysty/motoryzacyjna/euroszlaki/eszlakrom/>; odczyt 2014.19.15)
Szlaki Romańskie - kulturowe korzenie Europy (http://www.culture-routes.lu/php/fo_index.php?lng=fr&dest=bd_ar_det&id=00000232&trd=pl; odczyt 2014.10.15)
Wielkopolski Szlak Wiatraczny <http://turystycznieszlaki.pl/wielkopolski-szlak-wiatraczny>; odczyt 2012.05.29).
Lokalna Organizacja Turystyczna „Biały Kruk” w Obornikach, www.powiatoborniki.pl
Lokalna Organizacja Turystyczna MARINA, www.lotmarina.pl
Lokalna Organizacja Turystyczna Puszcza Pyzdrska, www.puszczapyzdrska.com
Lokalna Organizacja Turystyczna „Szlak Piastowski”, www.szlakpiastowski.com.pl
Organizacja turystyczna „Leszno-Region”, www.leszno-region-pl
Polska Federacja Turystyki Wiejskiej, www.pftw.pl
Polskie Towarzystwo Schronisk Młodzieżowych, www.ptsm.org.pl
Poznańska Lokalna Organizacja Turystyczna, www.plot.poznan.pl
Serwis Polskiej Organizacji turystycznej, www.pot.gov.pl
Słupecka Organizacja Turystyczna SŁOT, www.slot.slupca24.pl
Wielkopolska Izba Turystyczna, www.wit.poznan.pl
Wielkopolska Organizacja Turystyczna, www.wot.org.pl
Wielkopolski Turystyczny Serwis Regionalny, www.wielkopolska.travel
Wielkopolskie towarzystwo Krzewienia Kultury Fizycznej, www.wtkkf.pl
Narodowy Instytut Dziedzictwa – www.nid.pl

- Odpowiedź Ministra Sportu i Turystyki na interpelację nr 8570 w sprawie sytuacji polskiej turystyki
<http://www.sejm.gov.pl/Sejm7.nsf/InterpelacjaTresc.xsp?key=70556222> [dostęp: 5.09.2014].
- http://www.landbrand.pl/aktualnosci/wiecej/item/prezentacje_z_konferencji_turturyst_kulinarna_polski_hit_2014.html (data dostępu: 27.10.2014)
- <http://www.minrol.gov.pl/Jakosc-zywnosci/Produkty-regionalne-i-tradycyjne/Lista-produktow-tradycyjnych/woj.-wielkopolskie> (data dostępu: 27.10.2014)
- <http://www.poznan.pl/mim/turystyka/tematyczne-trasy-wycieczkowe,p,661,22074.html> (data dostępu: 27.10.2014)
- <http://www.zwiedzaniebrowaru.pl/pl/zwiedzanie-browaru> (data dostępu: 27.10.2014)
- www.stat.gov.pl [dostęp 2014.09.15]
- Instytut Turystyki, 2012, *Prognozy Instytutu Turystyki*, www.intur.com [dostęp 2014.09.10]
- Rejestr REGON, GUS, 2014
- PLK, 2009. Wykaz linii kolejowych i torów niezbędnych do konstrukcji rozkładu jazdy zarządzanych przez PKP Polskie Linie Kolejowe S.A. – opracowany na podstawie Instrukcji D29 - Wykaz linii, łącznic i torów łączących. (<http://www.plk-sa.pl/fileadmin/pdf/>, dostęp 2014.10.15)
- Ministerstwo Sportu i Turystyki, Centralna Ewidencja i Wykazy w Turystyce, <http://turystyka.gov.pl/eotipt/statystyki>, [dostęp: 2014.09.04].
- Poznańska Elektroniczna Karta Aglomeracyjna, <https://www.peka.poznan.pl/web/porta1>, [dostęp: 2014.09.05].
- Poznań Airport, www.airport-poznan.com.pl [dostęp: 2014.08.28].
- <http://www.wot.org.pl/wydawnictwa/>[dostęp: 2014.08.08].
- World Report on Disability, 2011
- http://www.who.int/disabilities/world_report/2011/accessible_en.pdf [dostęp: 2014.08.08].

Załącznik

Wybrane imprezy kulturalne, rozrywkowe, sportowe, rekreacyjne w województwie wielkopolskim

A/ Imprezy o największej randze pod względem liczby uczestniczących turystów

Imprezy kulturalne o największej popularności odbywają się w Poznaniu i powiecie poznańskim, należą do nich: Malta Festival Poznań, Transatlantyk Festival Poznań, Noc Muzeów – Poznań, Imieniny ulicy Św. Marcin – Poznań, Ethno Port Festiwal - Poznań, Międzynarodowy Festiwal Filmów Animowanych Animator – Poznań, Dni Twierdzy Poznań – Poznań, Historyczne widowiska plenerowe – Murowana Goślina. Do znaczących pod względem liczby uczestników należą także takie wydarzenia jak: „Wiatrakalia” (pow. chodzieski), Koronacja Królewska (pow. gnieźnieński), Spotkanie Młodych na Lednicy (pow. gnieźnieński), Obchody 100-lecia zburzenie Kalisza „KALISZ – FENIKS” 1914-2014, (XXI) Międzynarodowy Festiwal Artystycznych Działań Ulicznych „La Strada” (Kalisz), (41) Międzynarodowy Festiwal Pianistów Jazzowych – Kalisz’ 2014, OPEN AIR GALA (Filharmonia Kaliska), (54) Kaliskie Spotkania Teatralne – Festiwal Sztuki Aktorskiej, (XIV) Jarmark Archeologiczny (Kalisz), XXXVI Ogólnopolski Festiwal Zespołów Muzyki Dawnej "Schola Cantorum" (Kalisz), Koło Bluesa oraz Międzynarodowy zlot Motocykli (pow. kolski), Piknik historyczny (pow. kościański), Powrót Króla (Leszno), Dni Leszna, Międzynarodowe dni muzyki i folkloru (pow. leszczyński), Festiwal muzyczny im. Romana Maciejewskiego (pow. leszczyński), „Wakacje z Pompą” (pow. międzychodzki), „Wielkie Smażenie Powideł” (pow. międzychodzki), „100 lecie Laufpompy” (pow. międzychodzki), Etnofestiwal w Olandii (Prusim, pow. międzychodzki), Warsztaty Rękodzielników w Mniszkach (pow. międzychodzki), Jarmark Chmielo-Wikliniarski (pow. nowotomyski), Międzynarodowy Festiwal Chopin w Barwach Jesieni (pow. ostrowski), Międzynarodowe Biennale Małej Formy Graficznej i Ekslibrisu (pow. ostrowski), Tatarak Music Festival (pow. ostrowski), Muzeum Jazz Festiwal (pow. ostrowski), Jimiway Blues Festival (pow. ostrowski), Festiwal Wszyscy Śpiewamy na Rockowo (pow. ostrowski), Festiwal Teatrów Niezależnych (pow. ostrowski), Ogólnopolski Festiwal Paszтетników i Potraw z Gęsi w Ostrzeszowie, Festiwal Kultury Słowiańskiej i Cysterskiej w Łądzie (pow. słupecki), Spotkania z Folklorem w Słupcy, Parada Parowozów (Wolsztyn), Festiwal Country (pow. wolsztyński), Międzynarodowy Zjazd Wojowników Słowiańskich w Grzybowie (pow. wrzesiński), Ogólnopolski Festiwal Sztuki Filmowej „Prowincjonalia” (pow. wrzesiński), Międzynarodowy Dziecięcy Festiwal Piosenki i Tańca (Konin).

Imprezy rozrywkowe, cieszące się największą popularnością wśród turystów w Poznaniu i powiecie poznańskim to: Poznań za pół ceny, Pyrkon Poznański Festiwal Fantastyki – Poznań, Jarmark Świętojański – Poznań, Betlejem Poznańskie + Festiwal Rzeźby Lodowej – Poznań, KontenerArt – Poznań, Noc Restauracji – Poznań, Jarmark św. Jakuba – Murowana Goślina, Kórnickie Spotkania z Białą Damą – Kórnik. Do największych wydarzeń rozrywkowych w skali województwa należą także: Noc Kabaretowa (pow. chodzieski), „Dzień Spieczonego Bliźniaka” (pow. czarnkowsko-trzcianecki), Dni Gniezna, Wiosenne Targi Rolniczo-Ogrodnicze (pow. kaliski), Prezentacje Orkiestr Dętych (pow. kaliski), Piknik Szybowcowy „Leszno. Rozwiń skrzydła!” (Leszno), Międzynarodowa Wystawa Psów Rasowych „Prestige”(Leszno), Piknik „Leszczyńskie smaki” (Leszno), „Parada lokomotyw” (pow. międzychodzki), Jarmark Chmielo-Wikliniarski (pow. nowotomyski), Maj Ostaszki (pow. ostrowski), Muzyka między niebem a ziemią w Kobyla Górze (pow. ostrzeszowski), III Festiwal Tradycyjnej Kuchni Wielkopolskiej (pow. pleszewski), Wrześniński Weekend Muzyczny, Złotowska Noc Kabaretowa.

Imprezy sportowe, które odbyły się w ciągu ostatnich lat w Wielkopolsce, zdominowane zostały pod względem liczby uczestników przez Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej – UEFA EURO 2012 w Poznaniu. Natomiast do imprez cyklicznych o randze międzynarodowej w Poznaniu należą: Maraton Poznański im. Macieja Frankiewicza, Enea Poznań Triathlon, Międzynarodowy Turniej Tenisowy ATP Poznań Open. Ponadto realizowanych było wiele wydarzeń związanych z infrastrukturą kompleksu Malta: Puchar Świata w Kajakarstwie (Tor regatowy Malta), Mistrzostwa Świata Łodzi Smoczych, Mistrzostwa Europy Juniorek w Pływaniu Synchronicznym (Termy Maltańskie), Mistrzostwa Europy juniorów w Skokach do Wody (Termy Maltańskie), Mistrzostwa Europy Juniorów w Pływaniu (Termy Maltańskie), Mistrzostwa Europy Juniorów i U-23 w Kajakarstwie (Tor regatowy Malta), Mistrzostwa Europy w Kajak Polo (Tor regatowy Malta), Mistrzostwa Świata Bezdomnych w piłce nożnej ulicznej (Tor regatowy Malta), LOTTO Poznań Triathlon (Tor regatowy Malta). Wspomnieć należy również o takich imprezach, jak: Mistrzostwa Europy w rugby U-18, Wings for Life World Run, Mistrzostwa Europy w Karate, Mistrzostwa Świata Karate Shotokan SWO i IJKA, Poznań Triathlon, Solid Logistics POZnan Bike Challenge, Puchar Europy i Kongres Międzynarodowy Karate "Shotokan World Organization", Międzynarodowe Zawody w Skokach przez Przeszkody CSI4* - IV Memoriał Macieja Frankiewicza (Hipodrom Wola). Do ważnych imprez sportowych należały również:

- Grand Prix Wielkopolski w Półmaratonie, na które składało się 12 zawodów: Półmaraton Poznański, Cross Ostrzeszowski, Bieg im. Jana Kilińskiego w Trzemesznie, Bieg Lwa w Tarnowie Podgórnym, Mistrzostwa Polski Weteranów w Murowanej Goślinie, Grodziski Półmaraton „Słowaka”, Bieg Władysława Jagiełły w Pobiedziskach, Półmaraton Philipsa

w Pile, Bieg Lechitów w Gnieźnie, Ogólnopolski Bieg Zbąskich w Zbąszyniu, Samsung Półmaraton w Szamotułach, Międzynarodowy Kościański Półmaraton im. Dra Henryka Florkowskiego,

- Grand Prix Wielkopolski w Pływaniu Długodystansowym, w skład którego weszły zawody w Margoninie, Wolsztynie, Kiekrzu, Lednogórze, Zbąszyniu, Chodzieży, Mierzynie i Poznaniu,
- Grand Prix Wielkopolski w koszykówce ulicznej 3 na 3.

Do pozostałych, masowych imprez sportowych należały: Triathlon (pow. chodzieski), Powiatowa Wystawa Koni Hodowlanych (pow. chodzieski), Żużlowy turniej o koronę Bolesława Chrobrego (pow. gnieźnieński), Międzynarodowy Bieg Uliczny Ptomeleusza (pow. kaliski), Motorowodne Mistrzostwa Europy – Ślesin (pow. koniński), Międzynarodowe Zawody Modeli Ślizgów Sterowanych Radiem (pow. koniński), Puchar Polski w Windsurfingu (koniński), Garmin Iron Triathlon (pow. koniński), Cross Country MTB – wyścig terenowy rowerów górskich (Kleczew, pow. koniński), Regaty na jeziorach (pow. koniński), Back To The Streets (pow. leszczyński), Szybownicowe Mistrzostwa Świata (Leszno), Mistrzostwa Świata Kobiet w Balonach na Ogrzane Powietrze (Leszno), Speedway Grand Prix (Leszno), Mistrzostwa Świata w Kręglarstwie Klasycznym (Leszno), Międzynarodowe Zawody Konne w Skokach przez Przeszkody (Leszno), zawody Triathlon w Sierakowie (pow. międzychodzki), Finał Indywidualnych Mistrzostw Świata Juniorów w Żużlu (pow. ostrowski), Biegaj z nami (pow. pilski), 24-godzinny Rawicki Festiwal Sportu, Regaty Żeglarskie „Na Powitanie Wakacji” z cyklu Pucharu Polski Jachtów Kabinowych nad Jeziorem Powidzkim (pow. słupecki), Ogólnopolski Otwarty Turniej Piłkowej Siatkowej w Przybrodzinie (pow. słupecki), Festiwal Jeździecki, (Baborówko, pow. szamotulski), Triathlon w Pniewach (pow. szamotulski), Półmaraton Śrem, „Międzynarodowe zawody w chodzie sportowym” (pow. średzki), „Bieg nadziei” (pow. średzki), Bieg Kosynierów (pow. wrzesiński), mecze pierwszoligowe APP Kruspol Września, Złotowska Liga Futsalu (pow. złotowski), Złotowska Liga Piłkowej Siatkowej (pow. złotowski).

Imprezy rekreacyjne, które cieszą się dużym zainteresowaniem mieszkańców, ale także stanowią atrakcje dla turystów to m. in. w Poznaniu i powiecie poznańskim: „Lato w mieście by Stary Browar” – Poznań, Rajd „Puszcza Wpuszcza” – Skoki. W innych powiatach do najbardziej popularnych w tym zakresie należą: "Pieszko, konno, kajakiem, na rowerze" oraz "Święto Noteci" (pow. czarnkowsko-trzcianecki), Ogólnopolski Bursztynowy Rajd Kolarski po Wielkopolsce Wschodniej (pow. koniński), V Regionalne Zawody Wędkarskie (Zbiornik Retencyjny – Stare Miasto) i Piknik Wilczyńskich (pow. koniński), XVIII Regionalne Zawody w Powożeniu Zaprzęgami Konnymi (pow. koniński), Majówka z ABC (rowerowa, pow. leszczyński), Spływ Konwaliowym Szlakiem Kajakowym (pow. leszczyński), Targi Tulipanów w Chrzypsku Wielkim (pow. międzychodzki), Parada Lokomotyw w Międzychodzie, Spartakiada UTW w Sierakowie (pow. międzychodzki), Dni Wędzonej Sielawy

w Chrzypsku (pow. międzychodzki), Ogólnopolski Rajd Jesień Chopinowska (pow. ostrowski), Ogólnopolski Rajd Górskich Służb Mundurowych (pow. ostrowski), Piknik Kolejowy (pow. ostrzeszowski), Złot Miłośników Kolejek Wąskotorowych (pow. pilski), Inauguracja Questów w Gołuchowie i Choczu (pow. pleszewski), „Święto Prosný” Spływ Kajakowy (pow. pleszewski), „Festyn Osób Niepełnosprawnych – przez integrację do tolerancji” (pow. średzki), Rodzinny Rajd Rowerowy (pow. wrzesiński), Inscenizacja walk o wyzwolenia Złotowa, Euro Eco Meeting (pow. złotowski), Międzynarodowe Targi Agroturystyczne (pow. złotowski).

B/ Główne imprezy o randze międzynarodowej

Imprezy kulturalne:

Międzynarodowe Warsztaty Jazzowe Cho-jazz (pow. chodzieski)
(54) Kaliskie Spotkania Teatralne – Festiwal Sztuki Aktorskiej
(41) Międzynarodowy Festiwal Pianistów Jazzowych – Kalisz’ 2014
(XXI) Międzynarodowy Festiwal Artystycznych Działań Ulicznych „La Strada” (Kalisz)
(IV) Festiwal Gitary Akustycznej „FINGERSTYLE FEELING” (Kalisz)
„Krotoszyn z OKRASA”
Rychwalskie Impresje Muzyczne - Piknik Orkiestr Dętych (pow. koniński)
Międzynarodowe dni muzyki i folkloru (pow. leszczyński)
Międzynarodowy Festiwal Chopin w Barwach Jesieni (pow. ostrowski)
Międzynarodowe Biennale Małej Formy Graficznej i Ekslibrisu (pow. ostrowski)
Jimiway Blues Festival (pow. ostrowski)
Malta Festival Poznań - Poznań
Transatlantyk Festival Poznań - Poznań
Ethno Port Festiwal - Poznań
Międzynarodowy Konkurs Skrzypcowy im. Henryka Wieniawskiego
Międzynarodowy Festiwal Filmów Animowanych Animator - Poznań
Rawickie Mosty Sztuki
Biennale Sztuki Europejskiej (pow. rawicki)
Międzynarodowy Festiwal im. Scharwenków (pow. szamotulski)
Muzyczne Dni Powiatu Wolsztyńskiego
Międzynarodowy Festiwal Muzyki Organowej i Kameralnej (pow. wolsztyński)
Koncert Noworoczny w Obrze (pow. wolsztyński)
Festiwal Country (pow. wolsztyński)
F[R]AME-FESTIVAL (pow. wolsztyński)

Parada Parowozów (Wolsztyn)

Międzynarodowy Zjazd Wojowników Słowiańskich w Grzybowie (pow. wrzesiński).

Festiwal Muzyki Oratoryjnej "Musica Sacromontana" (pow. gostyński)

Międzynarodowy Dziecięcy Festiwal Piosenki i Tańca – Konin

Imprezy rozrywkowe/wydarzenia

Piknik Szybowcowy „Leszno. Rozwiń skrzydła!” (Leszno)

Międzynarodowa Wystawa Psów Rasowych „Prestige” (Leszno)

Cykl koncertów „Perły w koronie” w kościele klasztornym w Ostrzeszowie

Poznań za pół ceny – Poznań

Pyrkon Poznański Festiwal Fantastyki – Poznań

„Pociągiem Retro do Zaniemyśla” (pow. średzki)

Dni Wolsztyna.

Imprezy sportowe

Bieg Grzymalitów (pow. chodzieski)

Turniej Piłkarski Oldboyów (pow. chodzieski)

Motorowodne Mistrzostwa Świata (pow. chodzieski)

Międzynarodowe Regaty Windsurfingowe o Puchar Prezydenta Miasta Kalisza

Turniej Golfowy o Puchar Prezydenta Miasta Kalisza

Międzynarodowe Warsztaty Wioślarskie – Regaty Wioślarskie

Międzynarodowy Turniej Koszykówki Ulicznej - „Kaliski Streetball”

Międzynarodowy Bieg Uliczny Ptolemusza (pow. kaliski)

Międzynarodowy Bieg Warciański im. Zdzisława Krzyszkowiaka (pow. kolski)

Międzynarodowe Kryterium Kolarskie o Srebrną Szprychę – Memoriał Zdzisława Walczaka (pow. kolski)

Motorowodne Mistrzostwa Europy – Ślesin (pow. koniński)

Międzynarodowe Zawody Modeli Ślizgów Sterowanych Radiem (pow. koniński)

Garmin Iron Triathlon (pow. koniński)

Międzynarodowy Kościański Półmaraton im. dra Henryka Florkowskiego (pow. kościański)

Międzynarodowe Mistrzostwa Polski Poland OPEN w Sumo (pow. krotoszyński)

Bieg „Krotosa” (pow. krotoszyński)

Back To The Streets (Leszno)

Szybowcowe Mistrzostwa Świata (Leszno)

Balonowe Mistrzostwa Świata Kobiet (Leszno)

Speedway Grand Prix (Leszno)
Mistrzostwa Świata W Kręglarstwie Klasycznym (Leszno)
Międzynarodowe Zawody Konne w Skokach przez Przeszkody (Leszno)
Mistrzostwa Polski oraz Europy w Motocrossie (pow. obornicki)
Finał Indywidualnych Mistrzostw Świata Juniorów w Żuźlu (pow. ostrowski)
Grand Prix Wielkopolski w Pływaniu Długodystansowym (Margonin, Wolsztyn, Kiekrz, Lednogóra, Zbąszyń, Chodzież, Mierzyn, Poznań)
Półmaraton Poznański (Poznań)
Cross Ostrzeszowski
Bieg im. Jana Kilińskiego w Trzemesznie
Bieg Lwa w Tarnowie Podgórnym
Mistrzostwa Polski Weteranów w Murowanej Goślinie
Grodziski Półmaraton „Słowaka”
Bieg Władysława Jagiełły w Pobiedziskach
Półmaraton Philipa w Pile
Bieg Lechitów w Gnieźnie
Ogólnopolski Bieg Zbąskich w Zbąszyniu
Samsung Półmaraton w Szamotułach
Międzynarodowy Kościański Półmaraton im. dr Henryka Florkowskiego
Maraton Poznański im. Macieja Frankiewicza
Mistrzostwa Świata Łodzi Smocznych – Poznań
Enea Poznań Triathlon
Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej – UEFA EURO 2012 w Poznaniu
LOTTO Poznań Triathlon
Międzynarodowe Zawody w Skokach przez Przeszkody CSI (Poznań) (Poznań)
Międzynarodowe Zawody w Skokach przez Przeszkody – Cavaliada (Poznań)
Mistrzostwa Świata w Kajak Polo – 2012 r. (Poznań)
Mistrzostwa Europy Juniorów w Pływaniu (Poznań)
Puchar Świata w Kajakarstwie (Poznań)
Eliminacje do Igrzysk Olimpijskich w Kajakarstwie (Poznań)
XI Międzynarodowy Mityng w Pływaniu Synchronicznym "Synchro Poznań Cup"
Mistrzostwa Europy w rugby U-18
Wings for Life World Run
Mistrzostwa Europy w Karate
Międzynarodowe zawody w skokach przez przeszkody CSI - " V Memoriał Macieja Frankiewicza"

Mistrzostwa Świata Karate Shotokan SWO i IJKA
Międzynarodowy turniej tenisowy ATP "Poznań Open"
Solid Logistics POZnan Bike Challenge
Poznań Business Run
Mistrzostwa Świata Drużynowe i Deblowe w Poznaniu - Racketlon
Puchar Europy i Kongres Międzynarodowy Karate "Shotokan World Organization"
Międzynarodowe halowe zawody w skokach przez przeszkody CSI-W "Cavaliada"
Mistrzostwa Europy Juniorek w Pływaniu Synchronicznym (Termy Maltańskie)
Mistrzostwa Europy juniorów w Skokach do Wody (Termy Maltańskie)
Mistrzostwa Europy Juniorów w Pływaniu (Termy Maltańskie)
Mistrzostwa Europy Juniorów i U-23 w Kajakarstwie (Tor regatowy Malta)
Mistrzostwa Europy w Kajak Polo (Tor regatowy Malta)
Mistrzostwa Świata Bezdomnych w piłce nożnej ulicznej (Tor regatowy Malta)
LOTTO Poznań Triathlon (Tor regatowy Malta)
Akademickie Mistrzostwa Europy w Wioślarstwie (Tor regatowy Malta)
Międzynarodowe Zawody w Skokach przez Przeszkody CSI4* - IV Memoriał Macieja Frankiewicza
(Hipodrom Wola)
Międzynarodowe Turniej Tenisowy ATP Poznań Open (Park Tenisowy Olimpia)
Kwalifikacje Mistrzostw Europy Kadetów w baseballu (pow. rawicki)
24-godzinny Rawicki Festiwal Sportu (pow. rawicki)
Festiwal Jeździecki, Baborówko (pow. szamotulski)
Półmaraton Śrem
„Międzynarodowe zawody w chodzie sportowym” (pow. średzki)
„Bieg nadziei” (pow. średzki)
Bieg uliczny Wolsztyńska Dziesiątka (pow. wolsztyński)
Triathlon w Wolsztynie
Międzynarodowy Turniej Szachowy w Marzeninie (pow. wrzesiński)

Imprezy rekreacyjne/wydarzenia

Targi Tulipanów w Chrzypsku Wielkim (pow. międzychodzki)
Złot Miłośników Kolejek Wąskotorowych (pow. pilski)
Euro Eco Meeting (pow. złotowski).

Tabela: Główne imprezy kulturalne, rozrywkowe, sportowe i rekreacyjne w Wielkopolsce w latach 2012-2014 wg powiatów

1. Rodzaj imprezy: K - kulturalna, R - rozrywkowa, S - sportowa, Re - rekreacyjna
2. Nazwa imprezy
3. Charakter imprezy: C - cykliczna, N – niecykliczna
4. Ranga: R - regionalna, K - krajowa, M – międzynarodowa
5. Liczba uczestników: M - mieszkańcy, T - turyści

1. Rodzaj	2. Nazwa imprezy	3. Charakter	4. Ranga	5. Szacunkowa liczba uczestników	
				M	T
powiat chodzieski					
K	Międzynarodowe Warsztaty Jazzowe Cho-jazz	C	M	3 000	500
K	Dziecięce Warsztaty Muzyczne	C	K	2 000	200
K	Ogólnopolski Festiwal Konstelacje Teatralne	C	K	200	200
K	Festyn Archeologiczny w Żoniu	C	K	900	600
K	Wiatrakalia	C	K	2 000	2 000
K	Pirmida	C	K	150	300
K	Przegląd Orkiestr Dętych	C	K	200	400
K	Ogólnopolski Festiwal Piosenki Dziecięcej i Młodzieżowej w Chodzieży	C	K		
R	Noc Kabaretowa	C	R	1 500	500
R	Powitanie Lata	C	R	1 500	500
S	Bieg Grzymalitów	C	M	1 000	300
S	Cykl maratonów pływackich Puchar Pięciu Jezior	C	K	200	100
S	Turniej Piłkarski Oldboyów	C	M	100	100
S	Zawody pływackie LZS	C	R	200	300
S	Motorowodne Mistrzostwa Świata	N	M	300	200
S	Puchar Polski w Wakebordzie za wyciągiem	N	K	300	300
S	Triathlon	C	K	300	1 200
S	Grand Prix Wielkopolski w Pływaniu Długodystansowym – zawody w Margoninie	C	K		
S	Grand Prix Wielkopolski w Pływaniu Długodystansowym – zawody w Chodzieży	C	K		
S	Powiatowa Wystawa Koni Hodowlanych	C	R	1 400	600
powiat czarnkowsko-trzcianecki					
K	Spotkanie na miedzy	C	R	500	200
K	Ogólnopolski Konkurs Fotografii „Portret”	C	K		
K	Wojewódzki konkurs na lalkę teatralną / Trzcianka	C	R		
K	Ogólnopolski Konkurs Recytatorski im. Romana Brandstaettera / Trzcianka	C	K		
K	Wielkopolski Festiwal Kultury Łowieckiej i Edukacji Ekologicznej / Goraj	C	R		
R	Dni Ziemi Czarnkowskiej	C	R	1000	200
R	Dni Trzcianki	C	R	1000	200
R	Dzień Spieczonego Bliźniaka	C	K	1000	500
R	Sunrise dance party	C	K	1000	200
S	Ogólnopolski Halowy Turniej Piłki Nożnej Kibiców im. Piotra Arentewicza „Gramy z sercem” / Trzcianka	C	K		
S	Międzynarodowy Memoriał Szachowy im. Ferdynanda Dziedzica / Trzcianka	C	M		
S	Międzynarodowy Bieg Uliczny im. Tadeusza Zielińskiego / Trzcianka	C	M		

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

1. Rodzaj	2. Nazwa imprezy	3. Charakter	4. Ranga	5. Szacunkowa liczba uczestników	
				M	T
S	Bieg Sylwestrowy	C	R	700	200
S	Ogólnopolski Maraton rowerowy w kolarstwie górskim – Michałki	C	K	700	300
S	Masowy Bieg im. Nojiego	C	R	800	300
Re	Pieszko, konno, kajakiem, na rowerze; Święto Noteci	C	R	500	300
Gniezno, powiat gnieźnieński					
K	Akademia Gitary	C	K	840	220
K	Koronacja Królewska w Gnieźnie	C	K	8 400	8 400
K	Dni Pary	C	K	3 000	3 000
K	Ogólnopolski Festiwal Filmów Amatorskich i niezależnych Offeliada	C	R	1 800	160
K	Gnieźnieński Festiwal Nauki i Kultury 3-dniowy cykl imprez	C	R	660	160
K	Festiwal Wyobraźni	C	R	1300	320
K	Noc Kupały	C	K	330	400
K	Żywy skansen	C	K	560	2 000
K	Spotkanie Młodych na Lednicy	C	K	13 300	66 600
K	Królewski Festiwal Artystyczny	C	R	3 300	1 600
K	Międzynarodowe Spotkania z Folklorem w Gnieźnie		M		
K	Festiwal Muzyczne Przestrzenie	C			
K	Festiwal Fantastyki Fantasmagoria / Gniezno	C			
R	Dni Gniezna	C	R	10 000	3 300
S	Bieg Europejski	C	R	660	310
S	Turniej Koszykówki	C	R	330	230
S	Bieg Lechitów, zaliczany do Grand Prix Wielkopolski w Półmaratonie	C	K	330	500
S	Bieg im. Jana Kilińskiego w Trzemesznie, zaliczany do Grand Prix Wielkopolski w Półmaratonie	C	K		
S	Grand Prix Wielkopolski w Pływaniu Długodystansowym – zawody w Lednogórze	C	K		
S	Żużlowy turniej o koronę Bolesława Chrobrego	C	K	320	3 300
S	Międzynarodowy Młodzieżowy Turniej Koszykówki w Gnieźnie		M		
powiat gostyński					
	AMBER ROAD – wyścig kolarski drużyn na czas				
powiat grodziski					
	Grodziski Półmaraton Słowaka, zaliczany do Grand Prix Wielkopolski w Półmaratonie				
Kalisz, powiat kaliski					
K	Obchody 100-lecia zburzenie Kalisza „Kalisz – Feniks” 1914 -2014 (cały rok)	N	K	100 000	
K	XXXVI Ogólnopolski Festiwal Zespołów Muzyki Dawnej "Schola Cantorum"	C	K	1 000	
K	(54) Kaliskie Spotkania Teatralne – Festiwal Sztuki Aktorskiej	C	M	1 542	
K	(41) Międzynarodowy Festiwal Pianistów Jazzowych – Kalisz’ 2014	C	M	2 600	
K	(XXI) Międzynarodowy Festiwal Artystycznych	C	M	3 500	

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

1. Rodzaj	2. Nazwa imprezy	3. Charakter	4. Ranga	5. Szacunkowa liczba uczestników	
				M	T
	Działań Ulicznych „La Strada”				
K	(XIV) Jarmark Archeologiczny	C	R	1 500	
K	Open Air Gala (Filharmonia Kaliska)	C	R	3 000	
K	(VII) Kaliskie Forum Organowe	C	R	1 200	
K	(IV) Ogólnopolski Festiwal Pieśni i Piosenki Żydowskiej i Izraelskiej Shalom	C	R	500	
K	(IV) Festiwal Gitary Akustycznej „Finferstyle Feeling”	C	M	130	
K	(VIII) Multi Art. Festival. Festiwal Sztuki Młodych Kaliszan	C	R	1 000	
K	XII Ogólnopolskie Warsztaty Muzyki Dawnej. Koncerty.	C	K	600	
K	VIII Festiwal Muzyczny IM. Pawła Bergera "Gramy nad Prosną"	C	K	2000	
S	Halowe Mistrzostwa Wielkopolski w lekkiej atletyce w kat. młodzika i juniora	C	K	250	
S	Otwarte Mistrzostwa Kalisza w Kolarstwie Przełajowym i MTB	C	K	240	
S	Ogólnopolski Wyścig Kolarski Szlakiem Bursztynowym „Hellena Tour”	C	M	180	
S	Majkowskie Biegi Rodzinne	C	R	550	
S	Regaty Kajakowe – Memoriał im. Tadeusza Pasika	C	K	230	
S	Międzynarodowe Regaty Windsurfingowe o Puchar Prezydenta Miasta Kalisza	C	M	123	
S	Turniej Golfowy o Puchar Prezydenta Miasta Kalisza	C	M	41	
S	Ogólnopolskie Zawody Kolarskie na torze „Wielka Nagroda Kalisza”	C	K	104	
S	Mistrzostwa Polski w Kolarstwie Torowym i Szosowym, Puchar Polski i Puchar Nadziei Olimpijskich w kat. młodzieżowych	C	K	401	
S	Międzynarodowe Warsztaty Wioślarskie – Regaty Wioślarskie	C	M	102	
S	Międzynarodowy Turniej Koszykówki Ulicznej - „Kaliski Streetball”	C	M	230	
S	Międzynarodowy Bieg Uliczny PTOLEMEUSZA	C	M	1 600	
S	Puchar Polski na Ergometrze Wioślarskim	C	K	123	
S	Turniej Bokserski im. Tadeusza Grzelaka	C	K	48	
S	Zawody Pływackie Osób Niepełnosprawnych	C	K	270	
K	Święto Powiatu Kaliskiego	C	K	2 500	
K	Świąteczne Spotkania z Tradycją	C	R		
R	Powiatowe Obchody Dnia Kobiet	C	R	3 000	
R	Wiosenne Targi Rolniczo-Ogrodnicze	C	K	1 500	500
R	Dożynki Powiatowo Gminne	C	K	3 000	
R	Prezentacje Orkiestr Dętych	C	R	1 000	200
S	Biegi Uliczne Wiosna Cekowska	C	K	600	200
S	Młodzieżowy Turniej Piłki Nożnej	C	R	200	
Re	Powiatowe Zawody Sportowo Pożarnicze	C	R	500	
S	Rajd Samochodowy	C	R	200	
powiat kępiński					
K	Powiatowy Konkurs Piosenki Obcojęzycznej	C	R	200	0

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

1. Rodzaj	2. Nazwa imprezy	3. Charakter	4. Ranga	5. Szacunkowa liczba uczestników	
				M	T
K	Powiatowy Konkurs Piosenki Dziecięcej i Młodzieżowej	C	R	230	0
K	Powiatowy Festiwal Teatralny	C	R		
K	Biesiada literacka „Szkolne próby literackie”	C	R	60	0
K	Dożynki powiatowo-gminne	C	R	2 000	100
K	Festiwal Produktu Lokalnego (organizowany przez LGD)	C	R	1 000	200
K	Konkurs fotograficzny „Cztery pory roku Powiatu Kępińskiego”	N	R	200	0
R	Festyn „Pożegnanie lata”	C	R	3 000	100
S	Indywidualne Mistrzostwa Szkół w Lekkiej Atletyce Dziewczyn i Chłopców	C	R	150	
S	Mistrzostwa Szkół w Sztafetowych Biegach Przełajowych	C	R	50	
S	Drużynowe Mistrzostwa w Tenisie Stołowym Dziewczyn i Chłopców	C	R	20	
S	Mistrzostwa Szkół w Piłce Nożnej	C	R	40	
S	Mistrzostwa Szkół w Piłce Ręcznej Dziewczyn i Chłopców	C	R	30	
S	Mistrzostwa Szkół w Koszykówce Dziewczyn i Chłopców	C	R	30	
S	Mistrzostwa Powiatu w Badmintonie	C	R	12	
S	Mistrzostwa Szkół w Piłce Siatkowej Dziewczyn i Chłopców	C	R	40	
S	Mistrzostwa Szkół w Biegach Przełajowych	C	R	33	
S	Mistrzostwa w Siatkówce Piłkowej	C	R	10	
S	Indywidualne i Drużynowe Mistrzostwa w Pływaniu Dziewczyn i Chłopców.	C	R	90	
S	Międzywojewódzki Turniej w Siatkówce Chłopców Szkół Ponadgimnazjalnych	C	K	80	
Re	Rajd Rowerowy Wrót Wielkopolski (organizowany przez LGD)	C	R	200	50
powiat kolski					
K,R	Powiatowe Zawody Strzeleckie na strzelnicy w Ruszkowie gm. Kościelec połączone z Powiatowymi Zawodami Wędkarskimi nad Zalewem Ruszkowskim	C	R	200	0
K,R	Marsz Pamięci poświęcony ofiarom zagłady w obozie Kulmhof przy pomniku w Lesie Rzurowskim gm. Dąbie	C	K	300	50
K,R	Powiatowe Obchody Dnia Ziemi i Lasu w Kiejszach	C	R	250	
K,R	Uroczystości związane z Rocznicą Konstytucji 3 MAJA w Kole.	C	R	200	
K,R	Powiatowe obchody Dnia Strażaka na placu przed Komendą Powiatową PSP w Kole	C	R	300	
K,R	Wielkopolskie Święto Mleka w Powiecie Kolskim” na Stadionie Miejskiego Ośrodka Sportu i Rekreacji w Kole	C	R, K,	1 500	200
K,R	Dożynki Powiatowo – Gminne	C	R	1 000	100
K	Dożynki „Sypanie piaskiem”, „Przegląd muzyczny młodzieży grającej na syntezatorach”	C	R	700	150

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

1. Rodzaj	2. Nazwa imprezy	3. Charakter	4. Ranga	5. Szacunkowa liczba uczestników	
				M	T
R	Festyny (ok. 15 w roku)	N	R	300	100
S	Rozgrywki Ligowe Piłka Nożna klasa A	C	R	100	35
K	Dożynki (gm. Chodów)	C	R	300	
K,R	Dni Koła	C	R, K	3 000	500
K,R	Koło Bluesa oraz Międzynarodowy zlot Motocykli	C	R, K, M	2 000	800
K,R	Turniej Orkiestr Dętych o „Kryształowe Koło”	C	K	800	
S	Międzynarodowy Bieg Warciański im. Zdzisława Krzyszkowiaka	C	R, K, M	400	
S	MTB Koło Marathon	C	K	250	
S	Aquathlon	C	K	100	
S	Triathlon	C	K	100	
S	Międzynarodowe Kryterium Kolarskie o Srebrną Szprychę – Memoriał Zdzisława Walczaka	C	K, M	150	
Re	Świętojańska Impreza Krajoznawczo-Turystyczna	C	R	70	
K	Dożynki, Święto Rzepaku	C	R	< 1 000	
R	Dni Soli	C	R	< 1 000	
K	Dożynki / Koło	C	R	600	
R	Święto Miodu	C	R	250	
K	Dni Gminy Babiak	C	R		
K	Dożynki Gminno – Parafialne	C	R	600	
R	Festyn rekreacyjno – rozrywkowy „Witaj Lato”	C	R	800	
K	Dożynki	C	R	700	200
R	Majówka	C	R	200	50
S	Turniej piłki siatkowej, nożnej	C	R		
S	Wyścig kolarski	N	R		
S	Turniej halowej piłki	N	R	47	
S	Turniej tenisa stołowego	C	R		
Re	Festyn z okazji dnia dziecka	N	R		
Re	Piknik rodzinny	C	R	250	70
K	Dożynki / Olszówka	C	R	150	
S	Zawody Strażackie	C	R	150	
K,R	V Przegląd Tradycji Wielkanocnych w Kulturze Ludowej	C	R	250	30
K,R	XXIV Przegląd Dorobku Artystycznego Miasta i Gminy Dąbie	C	R	270	40
K,R	X Przegląd Jasełek	C	R	200	30
K,R	VI Przegląd Tradycji Wielkanocnych	C	R	220	30
K,R	Dożynki Gminne w Lisicach	C	R	600	100
K,R	XXV Przegląd Dorobku Artystycznego MiG Dąbie	C	R	300	40
K,R	XI Przegląd Jasełek	C	R	230	30
K,R	Gminny Dzień Kobiet	C	R	250	
K,R	VII Przegląd tradycji Wielkanocnych w kulturze ludowej	C	R	200	30
K,R	Dzień Dąbia	C	R	800	150
K,R	Dożynki Gminno Parafialne W Chełmnie	C	R	700	80
K,R	Dożynki Powiatowo-Gminne	C	R	800	100
K,R	Powitanie Lata	C	R	700	200
S	XI Halowy Turniej Piłki Halowej, XI Letni Turniej Piłki Nożnej				

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

1. Rodzaj	2. Nazwa imprezy	3. Charakter	4. Ranga	5. Szacunkowa liczba uczestników	
				M	T
S	Zawody sportowo-pożarnicze jednostek OSP				
Re	II Rajd rowerowy po gminie Kościelec				
Konin, powiat koniński					
K	Wielkie Ruszenie Gmin Powiatu Konińskiego	C	R		
K	SALIX Targi Wierzby i Wikliny / Dni Wierzbinka	C	R	1500	500
K	Festiwal Kultury Ludowej „W stronę tradycji” w Kleczewie	C	R		
K	XXIII Regionalny Przegląd Amatorskich Orkiestr Dętych w Kleczewie	C	R	800	
K	Przegląd Orkiestr Dętych w Wilczynie	C	R	500	
K	III Budziszawski Jarmark Twórczości Ludowej	C	R	200	
K	Plener malarski "Na zychlińską nutkę"	C	K	80	
K	Jarmark św. Augustyna Kawnice	C	R	300	
K	Dni Skupienia ZHP	N	K		
K	Gala Powiatu Konińskiego	C	R	400	
K	Rychwalskie Impresje Muzyczne - Piknik Orkiestr Dętych	C	K, M	800	50
Re	Piknik Sottysów / Dni Sompolna	C	R	900	300
Re	Rychwalia	C	R	800	
R	Dni Wilczyna	C	R	700	150
R	Dni Kazimierza Biskupiego	C	R	2000	300
R	Dni Krzymowa	C	R	400	
R	Dni Kleczewa	C	R	1200	
R	Dni Kramska	C	R	400	
R	Dni Staromiejskie	C	R	600	50
R	Dni Goliny	C	R	800	
R	Dni Rzgowa	C	R	600	50
R	Dni Grodziec	C	R	500	
R	Dni Ślesina	C	R	2000	400
R	Dni Skulska	C	R		
R	Dni Sompolna	C	R		
R	Dni Wierzbinka	C	R		
S	VII Bieg Kawnicki	C	R		
S	Mistrzostwa Polski Samorządów w Tenisie Ziemnym w Kleczewie	C	K		
S	Mistrzostwa amatorskie w Windsurfingu o Puchar Wójta Gminy Skulsk	N	R		
S	XV Regionalny Grand Prix w Piłce Siatkowej Plażowej Mężczyzn II turniej Tręby Stare 2014	C	R	150	30
S	Motorowodne Mistrzostwa Europy – Ślesin 2014	N	M		
S	Międzynarodowe Zawody Modeli Ślizgów Sterowanych Radiem	N	M		
S	Garmin Iron Triatlon	C	K, M	800	500
S	Puchar Polski w Windsurfingu	N	K		
S	Cross Country MTB – wyścig terenowy rowerów górskich – Kleczew	N	K	300	100
S	Mistrzostwa Motorowodne – Skulsk	C	K	200	50
S	Regaty Barbórkowe	C	R	50	80
S	IX Wielkopolskie Zawody Konne w Budziszawiu Kościelnym	C	R	400	50
S	VII otwarte mistrzostwa wielkopolski strażaków	N	R		

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

1. Rodzaj	2. Nazwa imprezy	3. Charakter	4. Ranga	5. Szacunkowa liczba uczestników	
				M	T
	ochotników w ratownictwie wodnym i powodziowym				
S	Powiatowa Lekkoatletyczna Olimpiada Integrycyjna w Kleczewie	C	R		
S	Regaty na jeziorach (kilka cykli w ciągu roku)	C	R	250	100
Re	Ogólnopolski Bursztynowy Rajd Kolarski po Wielkopolsce Wschodniej	C	K	50	50
Re	Rajd dla dzieci	C	R	100	
Re	Ogólnopolski Zlot Motocyklowy	N	K	1000	500
Re	Ogólnopolski zlot „Rowerem przez Parki Krajobrazowe Wielkopolski”	C	K		
Re	XIX Ogólnopolski Zlot Caravaningu „Wilczyn 2014”	C	K		
Re	Splyw kajakowy „Szlakiem szluz Wielkiej Pętle Wielkopolski”	C	R	90	40
Re	XVIII Regionalne Zawody w Powożeniu Zaprzęgami Konnymi o Puchar Starosty Konińskiego	C	R	200	30
S	V Regionalne Zawody Wędkarskie (Zbiornik Retencyjny – Stare Miasto)	S	K		
Re	Piknik Wilczyńskich	Re	K	500	100
powiat kościański					
K	Piknik historyczny	N	K	800	300
K	Festyn historyczny	N	K	800	200
S	Międzynarodowy Kościański Półmaraton im. Dra Henryka Florkowskiego, zaliczany do Grand Prix Wielkopolski w Półmaratonie	C	M	1000	500
S	Powiatowe Rajdy Rowerowe	C	R	300	
S	Mistrzostwa Powiatu w Narciarstwie Zjazdowym i Snowboardzie w Zieleńcu	C	R	500	
Re	Festyn Rodzinny	N	R	600	
powiat krotoszyński					
K	„Krotoszyn z Okrasą”	C	M	800	100
K	„Kozmiński Gzik”	C	R	300	15
K	„Pogranicze Kultur”	C	K	600	40
R	„Dni Krotoszyna”, „Dni Kozmina Wlkp.”, „Dni Kobylina”, „Dni Rozdrażewa”, „Dni Sulmierzyc”, „Dni Zdun”	C	K	5000	
S	Międzynarodowe Mistrzostwa Polski Poland OPEN w Sumo	C	M	900	100
S	Bieg „Krotosa”	C	M	250	100
S	Bieg „Im. Marszałka Piłsudskiego”	C	K	150	70
S	Ogólnopolskie Turnieje młodzików i juniorów w zapasach styl wolny	C	K	120	90
S	Mistrzostwa Ziemi Krotoszyńskiej w Siatkówce Plażowej	C	K	40	12
S	Mistrzostwa Powiatu Krotoszyńskiego w Tenisie Ziemnym	C	R	40	0
S	Mistrzostwa Wielkopolski w Tenisie Ziemnym Amatorów	C	R	60	40
S	Ogólnopolski Integrycyjny Turniej Tenisa Ziemnego na Wózkach	C	K	40	30
Re	Krotoszyńska 100 rowerowa	C	R	80	20

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

1. Rodzaj	2. Nazwa imprezy	3. Charakter	4. Ranga	5. Szacunkowa liczba uczestników	
				M	T
Re	Rajdy piesze i rowerowe org. Przez Oddz. PTTK w Krotoszynie (blisko 30 imprez w roku)	C	R, K	800	50
Re	Imprezy strzeleckie org. Przez Kurkowe Bractwo Strzeleckie w Krotoszynie i Koźminie Wlkp.	C	R, K	200	50
Leszno, powiat leszczyński					
K	Powrót Króla	C	R	5 000	1 000
K	Dni Leszna	C	R	10 000	2 000
K	Konkurs talentów „Rozwiń skrzydła”	C	R	1 000	100
K	Międzynarodowe dni muzyki i folkloru	C	M	5 000	500
K	Festiwal muzyczny im. Romana Maciejewskiego	C	K	700	300
R	Piknik Szybowcowy „Leszno. Rozwiń skrzydła!”	C	M	30 000	30 000
R	Międzynarodowa Wystawa Psów Rasowych „Prestige”	C	M	4 000	1 000
R	Piknik „Leszczyńskie smaki”	C	R	4 500	500
S	Back To The Streets	C	M	4 000	1 000
S	Szybowcowe Mistrzostwa Świata	N	M	15 000	5 000
S	Balonowe Mistrzostwa Świata Kobiet	N	M	1 500	500
S	Speedway Grand Prix	N	M	8 000	10 000
S	Mistrzostwa Świata W Kręglarstwie Klasycznym	N	M	8 000	2 000
Re	Majówka z ABC	C	K	5 000	2 000
Re	Spływ Konwaliowym Szlakiem Kajakowym	C	R	70	30
powiat międzychodzki					
K	Wakacje z Pompą	C	R	3 000	2 000
K	Święto Podgrzybka	C	R	700	300
K	Szanty w krainie stu jezior	C	R	500	200
K	Wielkie Smażenie Powideł	C	R	600	400
K	Kampania 16 dni przeciwdziałania przemocy	C	R	200	
K	100 lecie Laufpompy	N	R	1 000	600
K	Międzynarodowy Festiwal Akordeonowy	K	M		
R	Biesiada taneczna raz na ludowo	C	R	500	0
R	Parada lokomotyw	C	K	2 500	500
S	Gala sportu	N	R	200	
S	Gala Sportów Walki	C	K	1 100	300
S	Gran Prix Wielkopolski w Pływaniu Długodystansowym – zawody w Mierzynie	C	K	200	100
S	Grand Prix Polski w koszykówce 3x3	C	K	200	100
S	Ogólnopolski Turniej Tańca Towarzyskiego	C	K	300	200
Re	Rowerowa gra miejska „Polska na rowery”	C	R	150	
K	Sierakowska Wiosna Klasyków	C	R	200	200
K	Warsztaty Rękodzielników w Mniszkach	C	R	500	600
K	Szanty w Krainie Stu Jezior w Mierzynie	C	R	500	200
K	Etnofestiwal w Olandii / Prusim	C	R	250	1 500
R	Wielkie Smażenie Powideł w Mniszkach	C	R	600	400
R	Festyn Babiego Lata w Mniszkach	C	R	1 500	1 500
R	Beach Time Festiwal	R	R	8 000	
S	zawody Triathlon w Sierakowie	C	K	400	10 000
S	maraton pływacki na jez. Młyńskim w Prusimiu	C	K	100	50
S	Tarpaniada w Stadzie Ogierów w Sierakowie, zawody w powożeniu Memoriał dyr. Czerwińskiego	C	K	500	350

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

1. Rodzaj	2. Nazwa imprezy	3. Charakter	4. Ranga	5. Szacunkowa liczba uczestników	
				M	T
S	Dni Konia, zawody konne Memoriał dyr. Nowickiego	C	R	350	350
S	Nordic Walking w OEP w Chalinie	C	R	70	70
Re	Targi Tulipanów w Chrzypsku Wielkim	C	M	800-1000	29 000
Re	Parada Lokomotyw w Międzzychodzie	C	R	2 500	500
Re	Spartakiada UTW w Sierakowie	C	R	80	500
Re	Święto Podgrzybka w Mierzynie	C	R		
Re	Dni Wędzonej Sielawy w Chrzypsku	C	R	750	900
powiat nowotomyski					
K	Przystanek Biblioteka!	C	R	300	20
K	Spotkania Młodych Plecionkarzy	C	K	50	30
K	Biesiada Kozłarska	C	M		
R	Jarmark Chmielo-Wikliniarski	C	K	10 000	300
R	Wybory Miss Polskiej Wikliny	N	R	200	30
S	Grand Prix Wielkopolski w Pływaniu Długodystansowym – zawody w Zbąszyniu	C	K		
S	Bieg Zbąskich, zaliczany do Grand Prix Wielkopolski	C	K		
S	Gwint Ultra Cross - ultramaraton	C	K		
powiat obornicki					
K	Obchody świąt narodowych	C	R	500	20
K	Festiwal Fotograficzny Fotokultura	C	K	200	50
R	Dni Obornik	C	K	10 000	1 500
R	Biesiada Rybna	C	K	200	50
R	Nocne zwiedzanie miasta	C	R	200	10
R	Złot Fiata 126p	C	K	300	50
R	Piknik Lotniczy	C	K	500	50
R	Dzień Dziecka	C	R	500	20
S	Pieg Papieski	C	K	500	200
S	Bieg Chrustowski	C	K	500	200
S	Bieg Niepodległości	C	K	500	200
S	MTB Maraton	C	K	500	150
S	Mistrzostwa Polski oraz Europy w Motocrossie	N	M	2 000	200
Re	Niedziele na Obornickich Łazienkach	C	R	200	20
Re	Letnie Kino na Łazienkach	N	R	200	10
Re	Bądź Fit na Łazienkach	N	R	100	5
Re	Dożynki	C	K	4 000	200
powiat ostrowski					
K	Międzynarodowy Festiwal Chopin w Barach Jesieni	C	M	2500	200
K	Międzynarodowe Biennale Małej Formy Graficznej i Ekslibrisu	C	M	1 000	500
K	Reggae Na Piaskach	C	K	700	300
K	Festiwal „Wszystko Jest Poezją”	C	K	1 500	200
K	Tatarak Muzik - Festiwal	C	K	1 500	500
K	Muzeum Jaz Festiwal	C	K	1 500	500
K	Jimiway Blues Festiwal	C	M	500	500
K	Festiwal Wszyscy Śpiewamy na Rockowo	C	K	500	500
K	Festiwal Teatrów Niezależnych	C	K	1 000	500
K	Przegląd Kulturalny Doliny Baryczy	C	R	600	100

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

1. Rodzaj	2. Nazwa imprezy	3. Charakter	4. Ranga	5. Szacunkowa liczba uczestników	
				M	T
R	Festyn Lotniczy – Lotnisko Blżej Miasta	C	R	75000	25 000
R	Gwiazdka Na Rynku „Zapał Światło Ponad Nami”	C	R	100 000	1 500
R	Maj Ostaszki	C	R	10000	2000
R	Dni Odolanowa	C	R	7 000	1 500
S	Turniej Piłki Nożnej dla Dzieci i Młodzieży i. Gen. Kazimierza Głabisza	C	R	500	100
S	Memoriał Teodora Anioły w Piłce Nożnej	C	R	400	150
S	Maraton Ostrowski im. Marka Jakowczyka	C	K	200	50
S	Krajowe Zawody Szybowcowe o Puchar Prezydenta Ostrowa Wielkopolskiego	C	K	100	75
S	Finał Indywidualnych Mistrzostw Świata Juniorów w Żużlu	N	M	6 000	1 200
S	Bieg Republiki Ostrowskiej	C	R	2 000	230
S	Ogólnopolski Wyścig Kolarski Juniora i Młodzika Ludwików - Dębica - Czarnylas	C	K	150	100
S	Turniej Żużlowy o łańcuch herbowy Ostrowa Wielkopolskiego	C	R	6 000	200
Re	Rajd Marzanna	C	R	1 400	
Re	Wiosenny Rajd Bocianim Szlakiem	C	R	1 350	100
Re	Złot dzieci i Młodzieży Powiatu ostrowskiego	C	R	900	150
Re	Rajd Kolarski Wiosna z Bicyklem	C	K	200	50
Re	Spływ Kajakowy Proсна	C	K	100	0
Re	Letnia Wędrówka Kajakowo- Rowerowa	C	K	100	15
Re	Ogólnopolski Rajd Jesień Chopinowska	C	K	3 000	250
Re	Ogólnopolski Rajd Górskich Służb Mundurowych	C	K	1 000	250
Re	Rajd Święto Roweru	C	R	600	50
powiat ostrzeszowski					
K	Dożynki Powiatowe i Gminne	C	R	1 200	100
K	Powiatowa Wystawa Koni w Korpysach	C	K	900	100
K	Ogólnopolski Festiwal Pasztetników i Potraw z Gęsi w Ostrzeszowie	C	K	2 000	500
K	Premiowanie Żrebiąt	C	R	450	50
K	Festyn historyczno-kulturalny w pobornardyńskim zespole klasztornym	C	R	1 800	200
R	Cykl koncertów „Perty w koronie” w kościele klasztornym w Ostrzeszowie	C	M	700	100
R	„Muzyka między Niebem a Ziemią” w Kobylej Górze	C	R	1 000	300
R	Dni Ziemi Ostrzeszowskiej	C	R	3 700	300
S	Cross Ostrzeszowski, zaliczany do Grand Prix Wielkopolski w Półmaratonie	C	M	2 500	500
Re	Piknik Kolejowy	C	R	800	200
powiat pilski					
K	Weekend Niepodległościowy	C	R	600	
K	Międzynarodowy Festiwal Folklorystyczny „Bukowińskie Spotkania”		M		
K	Music Festiwal & Master Class / Piła	C	M		
K	Festiwal Teatrów Rodzinnych / Piła	C	K		
K	Festiwal Blues Express / Piła	C	K		
K	Festiwal Teatry Światła/ Piła				
K	„Rytm ulicy”	C	K		

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

1. Rodzaj	2. Nazwa imprezy	3. Charakter	4. Ranga	5. Szacunkowa liczba uczestników	
				M	T
K	Festiwal Kryminału „Kryminalna Piła”	C	K		
K	Międzynarodowy Festiwal Piosenki Włoskiej „La Scarpa Italiana” / Wyrzysk	C	M		
R	Krajowa Wystawa Miasto Ogród	C	K		
R	Pilski Jarmark Bożonarodzeniowy	C	R		
R	Pilskie Juwenalia	C	R		
S	Biegaj z nami – cykl 10 biegów w poszczególnych gminach Powiatu Pilskiego	C	R	2 000	500
S	Bieg Philipsa w Pile, zaliczany do Grand Prix Wielkopolski w Półmaratonach	C	M	3 000	
S	Pilska Galopada	C	K		
S	Uliczny Międzynarodowy Turniej Skoku o Tycze	C	M		
S	Międzynarodowy Złot Dwupłatowców w Pile	C	M	12 000	
S	Zawody Ogólnopolskie w Strzelaniach Myśliwych o Puchar Prezydenta Miasta Piły		K		
S	Regaty Żeglarskie o Puchar Grodu Staszica	C	R		
S	Plaża Open, Mistrzostwa Polski w Siatkówce Plażowej	C	K	5 000	
Re	Złot Miłośników Kolejek Wąskotorowych	C	R,K,M	5 000	4 500
Re	Ogólnopolski Rajd Staszicowski	C	K		
Re	Soboty na dwóch kółkach	C	R		
Re	Mikołajkowy Spływ Kajakowy	C	R		
Re	Regaty Smoczyc Łodzi	C	R		
Re	Dętkospływ rzeką Gwdą	C	R		
powiat pleszewski					
K	Święto Powiatu Pleszewskiego, połączone z obchodami rocznicowymi Powstania Wielkopolskiego	C	R	400	
K	Dożynki Powiatu Pleszewskiego	C	R	1000	
K	Koncert z okazji Dnia Niepodległości	C	R	300	
K	Spektakl teatru ulicznego z Poznania „Teatr w małym mieście”	N	K	300	
K	Wielkopolski Festiwal Rzemiosła w Pleszewie, promocja szkół zawodowych i nauki rzemiosła	C	R	500	
R	III Festiwal Tradycyjnej Kuchni Wielkopolskiej	N	K	500	
S	Promocja ścieżek rowerowych: Rajd Papieski im. Jana Pawła II współorganizowany z PTTK Pleszew	C	R	300	
S	Biegi Mikołajczykowskie w Dobrzycy	C	R	300	
S	Wielkopolskie Dni Stop Uzależnieniom	C	R	200	
S	„Cypryniada Powiatu Pleszewskiego” ogólnopolskie spławikowe zawody wędkarskie	C	K	200	
Re	Inauguracja Questów w Gołuchowie i Choczu	N	K	250	
Re	„Święto Prosn” Spływ Kajakowy – otwarcie sezonu turystyki wodnej na rzece Prośnie	C	R	300	
Re	„EKO Proсна” – sprzątnięcie rzeki Prosn 2 razy do roku	C	R	100	
Re	Otarcie ścieżek Nordic Walking w każdej z gmin Powiatu Pleszewskiego	N	R	100	
Poznań, powiat poznański					
K	Malta Festival Poznań	C	M	75 000	
K	Transatlantyk Festival Poznań	C	M	66 000	

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

1. Rodzaj	2. Nazwa imprezy	3. Charakter	4. Ranga	5. Szacunkowa liczba uczestników	
				M	T
K	Ethno Port Festiwal- Poznań	C	M	15 000	
K	Międzynarodowy Festiwal Filmów Animowanych Animator / Poznań	C	M	15 000	
K	Noc Muzeów / Poznań	C	R	75 000	
K	Imieniny ulicy Św. Marcin / Poznań	C	R	25 000	
K	Dni Twierdzy Poznań	C	R	8 500	
K	Noc Kościołów Drewnianych / Puszcza Zielonka	C	R	300	
K	Historyczne widowiska plenerowe / Murowana Goślina	C	M	8 000	
R	Jarmark Świętojański / Poznań	C	K		
R	Betlejem Poznańskie + Festiwal Rzeźby Lodowej / Poznań	C	R		
R	KontenerArt / Poznań	C	R		
R	Poznań za pół ceny / Poznań	C	M	89 000	
R	Pyrkon Poznański Festiwal Fantastyki / Poznań	C	M	20 000	
R	Noc Restauracji / Poznań	C	R		
R	Jarmark św. Jakuba / Murowana Goślina	C	R	7 000	
R	Kórnickie Spotkania z Białą Damą / Kórnik	C	R	5 000	
S	Maraton Poznański im. Macieja Frankiewicza / Poznań	C	M	5 756	
S	Mistrzostwa Świata Łodzi Smocznych / Poznań	C	M		
S	Enea Poznań Triathlon / Poznań	C	M	2 300	
S	Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej / UEFA EURO 2012 / Poznań	N	M	130 000	
Re	Joga w parku / Poznań	C	R		
Re	Lato w mieście by Stary Browar / Poznań	C	R		
Re	Rajd „Puszcza Wpuszcza” / Skoki	C	R		
S	Międzynarodowy Turniej Tenisowy ATP Poznań Open / Poznań	C			
S	LOTTO Poznań Triathlon	C	R/M		
S	Mistrzostwa Świata w Kajak Polo – 2012 r. / Poznań		M		
S	Mistrzostwa Europy Juniorów w Pływaniu / Poznań		M		
S	III Halowe Mistrzostwa Świata w Hokeju na Trawie Kobiet i Mężczyzn / Poznań		M		
S	Eliminacje do Igrzysk Olimpijskich w Kajakarstwie / Poznań		M		
S	XI Międzynarodowy Mityng w Pływaniu Synchronicznym "Synchro Poznań Cup"				
S	Maniacka Dziesiątka				
S	7. Poznań Półmaraton, zaliczany do Grand Prix Wielkopolski w Półmaratonie				
S	Bieg Lwa, zaliczany do Grand Prix Wielkopolski w Półmaratonie				
S	Mistrzostwa Polski Weteranów w Półmaratonie / Murowana Goślina				
S	Biegł Władysława Jagiełły (Pobiedziska), zaliczany do Grand Prix Wielkopolski w Półmaratonie				
S	Grand Prix Wielkopolski w Pływaniu Długodystansowym / zawody w Kiekrzu	C	K		

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

1. Rodzaj	2. Nazwa imprezy	3. Charakter	4. Ranga	5. Szacunkowa liczba uczestników	
				M	T
S	Grand Prix Wielkopolski w Pływaniu Długodystansowym / zawody w Poznaniu	C	K		
S	Mistrzostwa Europy w rugby U-18		M		
S	Wings for Life World Run		M		
S	Mistrzostwa Europy w Karate		M		
S	Międzynarodowe zawody w skokach przez przeszkody CSI - "Memoriał Macieja Frankiewicza"	C	M		
S	Mistrzostwa Świata Karate Shotokan SWO i IJKA		M		
S	Międzynarodowy turniej tenisowy ATP "Poznań Open"		M		
S	Solid Logistics POZnan Bike Challenge		M		
S	Poznań Business Run		M		
S	Mistrzostwa Świata Drużynowe i Deblowe w Poznaniu - Racketlon		M		
S	Puchar Europy i Kongres Międzynarodowy Karate "Shotokan World Organization"		M		
S	Międzynarodowe halowe zawody w skokach przez przeszkody "Cavaliada"		M		
S	Lech Cup		M		
S	Mistrzostwa Europy Junierek w Pływaniu Synchronicznym (Termy Maltańskie)	23 reprezentacje narodowe			
S	Mistrzostwa Europy juniorów w Skokach do Wody (Termy Maltańskie)	27 reprezentacje narodowe			
S	Mistrzostwa Europy Juniorów w Pływaniu (Termy Maltańskie)	42 reprezentacje narodowe			
S	Puchar Świata w Kajakarstwie (Tor regatowy Malta)	32 reprezentacje narodowe			
S	Mistrzostwa Europy Juniorów i U-23 w Kajakarstwie (Tor regatowy Malta)	32 reprezentacje narodowe			
S	Mistrzostwa Europy w Kajak Polo (Tor regatowy Malta)	18 państw			
S	Mistrzostwa Świata Bezdomnych w piłce nożnej ulicznej (Tor regatowy Malta)	5 kontynentów, 48 krajów, 62 reprezentacje narodowe, 640 uczestników			
S	LOTTO Poznań Triathlon (Tor regatowy Malta)	1350 uczestników			
S	Akademickie Mistrzostwa Europy w Wioślarstwie (Tor regatowy Malta)	14 państw			
S	Międzynarodowe Zawody w Skokach przez Przeszkody CSI4* - IV Memoriał Macieja Frankiewicza (Hipodrom Wola)				
S	Międzynarodowe Turniej Tenisowy ATP Poznań Open (Park Tenisowy Olimpia)				
powiat rawicki					
K	Koncerty edukacyjne / gm. Bojanowo	C	R	400	0
R	Festyn MUKS „Szok” „Bawmy się Razem,” / gm. Bojanowo	C	R	1 000	200
S	Mityng lekkoatletyczny Rzutów i Skoków / gm. Bojanowo	C	K		
Re	Spływ Kajakowy / gm. Bojanowo	C	R	50	25
K	I Festiwal Muzyki Organowej i Kameralnej w Miejskiej Górcze „Młodzież Sobie”	N	R		
K	Konkurs plastyczny na „Własnoręcznie ozdobioną pisanek wielkanocną”	C	R		

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

1. Rodzaj	2. Nazwa imprezy	3. Charakter	4. Ranga	5. Szacunkowa liczba uczestników	
				M	T
	/ gm. Miejska Górka				
K	Koncert Noworoczny pod hasłem „Jak wielką moc posiada śpiew”	C	R		
R	Dni Miejskiej Górki	C	R		
R	Sierpniówka	C	R		
R	Jesień z Muzyką	C	K		
S	Kwalifikacje Mistrzostw Europy Kadetów w baseballu	N	M		
S	Na sportowo z Janem Pawłem II	C	R		
S	Masowy bieg uliczny na 730-lecie Miejskiej Górki	N	R		
Re	Rajd rowerowy dookoła Gminy Miejska Górka	C	R		
Re	Rajd Rowerowy dla uczczenia rocznicy odzyskania przez Polskę niepodległości	C	R		
K	Ogólnopolski Festiwal Sztuki Współczesnej FORMA / gm. Rawicz	C	K	200	30
K	Rawickie Mosty Sztuki	C	M	50	10
K	Biennale Sztuki Europejskiej	C	M	50	10
R	Święto Rawicza	C	R	3 000	500
R	Rawicki Jarmark Historyczny	C	R	1 000	100
S	24-godzinny Rawicki Festiwal Sportu	C	M	700	700
Re	Gminny Dzień Dziecka na Żużlowo	C	R	1 000	
K	Koncert Przyjaźni / gm. Jutrosin	N	R	700	100
R	Wyścig Drezyn / gm. Jutrosin	C	R	200	100
K	Regionalne Targi Rolnicze w Gołaszynie	C	R	3 000	100-500
K	Dożynki Powiatowe	C	R	3 000	100-500
S	Powiatowy Turniej Piłki Nożnej „Orlik” o Puchar Starosty Rawickiego	C	R	200	0
Re	Rajd Rawicka Rowerowa Setka	C	R	200	50
powiat słupecki					
K	Festiwal Kultury Słowiańskiej i Cysterskiej w Łądzie	C	K		10 000
K	Spotkania z Folklorem w Słupcy	C	R	500	3 000
K	Dożynki Powiatowe	C	R		
S	Regaty Żeglarskie „Na Powitanie Wakacji” z cyklu Pucharu Polski Jachtów Kabinowych nad Jeziorem Powidzkim	C	K		1 000
S	Ogólnopolski Otwarty Turniej Plażowej Piłki Siatkowej w Przybrodzinie	C	K		1 000
S	Rajd „Rowerem po Powiecie Słupeckim”	N	R		300
powiat szamotulski					
K	Międzynarodowy Festiwal im. Scharwenków	C	M		
K	Noc Muzeów	C	R		
K	Salon Hubertowski	C	R		
K	Spotkanie Zespołów Chóralnych „Świat Wacława z Szamotuł”	C	K		
K	Ogólnopolski Konkurs Chóralny im. Wacława z Szamotuł	C	K		
K	Wielkopolskie Dni Muzyki - Duszniki	C	K		
K	Wielkopolskie Przeglądy Zespołów Pieśni Ludowej - Duszniki	C	K		
S	Samsung Półmaraton – Szamotuły, zaliczany	C	K		

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

1. Rodzaj	2. Nazwa imprezy	3. Charakter	4. Ranga	5. Szacunkowa liczba uczestników	
				M	T
	do Grand Prix Wielkopolski w Półmaratonie				
S	Samsung Półmaraton pod patronatem Starosty Szamotulskiego	C	M		
S	Festiwal Jeździecki / Baborówko	C	M		
S	Wielka Pniewska w Pniewach	C	R		
S	Triathlon w Pniewach	C	K		
S	Szamoty CUP – Turniej Siatkarski, Mecz o Superpuchar Polski - Szamoty	C	K		
Re	Wielkopolski Zlot Turystów na powitanie jesieni	C	R		
Re	Wojewódzki rajd turystyczny po Regionie Szamotulskim	C	R		
Re	Zlot Miłośników Puszczy Noteckiej	C	R		
powiat śremski					
K	Śremsong	c	K	600	
K,R	Dni Śremu	c	R	25 000	
K,R	Dni Książa Wlkp.	c	R	3-6 000	
K,R	Wianki w Dolsku	c	R	2-3 000	
S	„Rowerem do...” Cykliczna impreza rowerowa (sportowo-rekreacyjna) organizowana dwa razy w roku na rozpoczęcie i zakończenie rowerowego sezonu turystycznego, przez Stowarzyszenie Unia Gospodarcza Regionu Śremskiego – Śremski Ośrodek Wspierania Małej Przedsiębiorczości	C	R	300-500	
S	Półmaraton Śrem	C	M	600	
S	Grand Prix Akademia Cup Dolsk	C	R	100	
S	MTB Dolsk	C	K	400	
powiat średzki					
K	Dni Powiatu Średzkiego	C	R		
K	Średzkie Sejmiki Kultury	C	R		
R	Mikołajki na kolejce	C	R	230	
R	Pociągiem Retro do Zaniemyśla	C	M	230	
R	110 – lecie Średzkiej Kolei Powiatowej	C	K		
R	Kabarety na Dzień Kobiet	C	R	400	
R	Meskalina Blues Festival	C	K		
R	Festiwal Piosenki – Wesołe Nutki	C	K	250	
S	Międzynarodowe zawody w chodzie sportowym	C	M	500	
S	Bieg nadziei	C	M	500	
Re	Sołecki Festyn rekreacyjny	C	R	300	
Re	Festyn Osób Niepełnosprawnych – przez integrację do tolerancji	C	K	300	
powiat wągrowiecki					
K	Festiwal Piosenki Przedszkolnej	N	R	100	30
K	Koncerty polskich Artystów	C	R	200	50
K	Gorąca Poezja	C	K	300	
K	Noc św. Jana	C	K	750	
K	Ogólnopolska Ostoja Artystyczna „Baszta” / Gołańcz	C	K		
K/Re	Wągrowiecki Festyn Cysterski / Wągrowiec	C	R		
S	Zawody jeździeckie	C	R	500	300
R	Kabarety, koncerty	N	R	2 000	

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

1. Rodzaj	2. Nazwa imprezy	3. Charakter	4. Ranga	5. Szacunkowa liczba uczestników	
				M	T
S	Turniej wsi	N	R	300	
K	Mieściskie Spotkania Śpiewacze	C	K	200	200
K	Targi Michałowskie	C	R	900	100
K	Jesienny spacer z muzyką	C	R	100	50
powiat wolsztyński					
K	Muzyczne Dni Powiatu Wolsztyńskiego	C	M	500	100
K	Międzynarodowy Festiwal Muzyki Organowej i Kameralnej	C	M	200	100
K	Koncert Noworoczny w Obrze	C	M	300	120
K	Festiwal Country	C	M	600	300
K	F[R]AME-FESTIVAL	C	M	300	150
R	Święto Świni	C	K	500	500
R	Festyn nad Jeziorem Przemęckim	C	R	200	50
R	Dni Wolsztyna	C	M	1 500	500
K	Parada Parowozów	C	M	1 000	5 000
S	Bieg uliczny Wolsztyńska Dziesiątka	C	M	800	300
S	Kaczmarek Electric MTB	C	K	100	100
S	Triathlon w Wolsztynie	C	M	400	100
S	Wolsztyński Bieg Niepodległości	C	K	200	50
S	Grand Prix Wielkopolski w Pływaniu Długodystansowym – zawody w Wolsztynie	C	K		
Re	Piknik Tlenowy	C	R	600	50
powiat wrzesiński					
K	Międzynarodowy Zjazd Wojowników Słowiańskich w Grzybowie	C	M	1 200	
K	Wręczenie Nagrody Kościelskich	C	K	500	
K	Ogólnopolski Festiwal Sztuki Filmowej „Prowincjonalia”	C	K	500	500
R	Wrzesiński Weekend Muzyczny	C	R	30 000	
S	Grand Prix Polski w Siatkówce Plażowej Mężczyzn	C	K	120	90
S	Bieg Kosynierów	C	R	1 300	900
S	Międzynarodowy Turniej Szachowy w Marzeninie	C	M	40	60
S	Mistrzostwa Polski Strefy Zachodniej w Motocrossie w Opatówku	C	K		
S	mecze pierwszoligowe APP Krispol Września	C	K	7 200	1 800
Re	Rodzinny Rajd Rowerowy	C	R	4 498	250
Re	Spływ kajakowy na otwarcie sezonu wodniackiego w Pyzdrach	C	R	40	20
powiat złotowski					
K	Złotowskie Teatralia	C	K	200-400	
K	Złotowska Majówka	C	R	1000	
K	Przeгляд Teatrów Dziecięcych „Złote Maski” / Krajenka	C	R		
K	Przeгляд Orkiestr Dętych Północnej Wielkopolski / Krajenka	C	R		
R	Złotowska Noc Kabaretowa	C	R	500-800	
S	Złotowski Bieg Zawilca (dystans ok. 6 km)	C	K	1000	
S	Euro Eco Cross (bieg na dystansie 4 km)	C	R	500	
S	Bieg Piasta Kołodzieja (dystans 10 km)	C	K	500	

Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim

1. Rodzaj	2. Nazwa imprezy	3. Charakter	4. Ranga	5. Szacunkowa liczba uczestników	
				M	T
S	Złotowska Liga Futsalu	C	R	500-1 000	
S	Złotowska Liga Piłki Siatkowej	C	R	500-1 000	
Re	Inscenizacja walk o wyzwolenia Złotowa	C	K	1 000-2 000	
Re	Euro Eco Meeting (3-dniowa impreza: koncerty, zawody sportowe, ekologia)	C	M	2 000-3 000	
Re	Międzynarodowe Targi Agroturystyczne	C	K	1 000-3 000	

Źródło: zestawienie na podstawie danych przesłanych z powiatów oraz lokalnych organizacji turystycznych, lipiec-sierpień 2014. Puste pola oznaczają brak danych.