

STUDIA PRZYPADKÓW

Armin Mikos von Rohrscheidt

Redaktor naczelny czasopisma Turystyka Kulturowa
armin@turystykakulturowa.org

ZACHOWANIA I PREFERENCJE TURYSTÓW ZAGRANICZNYCH KORZYSTAJĄCYCH Z USŁUG PRZEWODNIKÓW W POZNANIU W LATACH 2011–2013

Streszczenie: W artykule przedstawiono wyniki badań preferencji i zachowań turystów korzystających z usług przewodników miejskich w Poznaniu. Po zarysowaniu na podstawie istniejącej literatury podstawowych potrzeb turysty miejskiego, zaprezentowano wyniki badania dotyczących wskazanego zakresu przedmiotowego w formie pogłębionej segmentacji narodowościowej rynku poznańskiego na podstawie języka, którym się posługują: niemieckiego, angielskiego, rosyjskiego i ukraińskiego oraz hiszpańskiego. Dodatkowo przeprowadzono pogłębioną charakterystykę wyodrębnionych segmentów, w tym między innymi najczęstsze trasy zwiedzania oraz najchętniej odwiedzane miejsca i obiekty, czas trwania usługi przewodnickiej, okresy z największą liczbą zleceń dla przewodników oraz źródła tych zleceń. Następnie, konfrontując wyniki z rezultatami badań przeprowadzonych przez autora we wcześniejszym okresie, sformułowano wnioski odnoszące się do poprawy struktury i jakości miejskiego produktu turystycznego oferowanego zorganizowanym grupom turystów.

Słowa kluczowe: turystyka miejska, turystyka kulturowa, usługi przewodnickie, zachowania turystów, Poznań, preferencje turystów, oferta turystyczna.

Klasyfikacja JEL: D11, L15, L83, R11.

THE BEHAVIOUR AND PREFERENCES OF FOREIGN TOURISTS USING THE SERVICES OF GUIDES IN POZNAŃ IN 2011–2013

Abstract: This paper discusses the behaviour and preferences of tourists using the services of city guides in Poznań. After outlining the basic needs of a city tourist (on the basis of the existing literature), the author presents the findings of a survey relating to the scope of this research, broken down into the main groups of foreign tourists visiting Poznań according to the language they speak: German, English, Russian and Ukrainian, plus Spanish. Based on the results of this analysis, the subsequent part of the paper presents data relating to these groups of tourists, such as the periods having the highest demand for the services of guides, the main sources of requests for these services, the duration of the services, the most common sightseeing routes, and the most frequently visited places and monuments. Finally, comparing the findings with the results of his previous studies, the author formulates conclusions with regard to improving the structure and quality of the urban tourism product offered to organised groups of tourists.

Keywords: city tourism, cultural tourism, guide services, tourist behaviour, Poznań, tourist preferences, tourist offers.

Wstęp

Prawidłowe skonstruowanie oferty miasta dla turystów wymaga – oprócz ustalenia ich społecznego profilu – dokładniejszego poznania ich zainteresowań, potrzeb i preferencji w odniesieniu do zwiedzania oraz typowych zachowań turystycznych w mieście. Wymaga to zazwyczaj szeroko zakrojonych i drogich w realizacji badań. Istotną przeszkodą w ich realizacji jest między innymi niechęć turystów do udzielania informacji. Dotyczy to szczególnie zagranicznego ruchu przyjazdowego turystów w polskich miastach. Dla pozyskania – przynajmniej w znacznej części – wiedzy potrzebnej odpowiedzialnym za kształt miejskiego produktu turystycznego wystarcza jednak z jednej strony ogólna znajomość oczekiwań współczesnych turystów miejskich, z drugiej – przeprowadzenie na miejscu badań ankietowych wśród osób świadczących w danym mieście usługi dla tej grupy turystów. Najliczniejszą wśród nich grupą są przewodnicy miejscy i operatorzy usług przewodnickich.

Celem artykułu jest ustalenie podstawowych zachowań i preferencji turystów zagranicznych korzystających z usług przewodników miejskich w Poznaniu. Posiadanie takich danych powinno być przydatne dla praktyki

gospodarczej, w tym szczególnie dla organizatorów turystyki i przewodników miejskich, poprawi także orientację osób i gremiów decydujących o organizacji miejskiego produktu turystycznego, pozwoli ukierunkować ich działania na rzecz zoptymalizowania jego struktury, zakresu, kierunków promocji, a także pożądanej zawartości nośników informacji turystycznej.

Zakres badania został ograniczony do wskazanej grupy, nie objęło ono zatem indywidualnych turystów, zwiedzających miasto na własną rękę. Ze względu na potrzebę uzyskania wysokiej reprezentatywności wyników, uwzględniając specyfikę grupy poddanej badaniu, realizującej swoją aktywność w formie prowadzonego zwiedzania, przeprowadzono je pośrednio, to jest odwołując się do doświadczeń przewodników i monitoringu zleceń ich usług przez operatorów usług przewodnickich. Tym samym przedmiotem badania są zachowania członków obsługiwanych grup, jednak z odpowiednią ostrożnością można przyjąć, że podobne zainteresowania, jak również lista zwiedzanych obiektów, cechują także turystów indywidualnych, pochodzących z tych samych krajów. Przeprowadzone badanie jest kontynuacją badania zrealizowanego na przełomie lat 2010 i 2011, którego wyniki opublikowano w zbiorowej monografii dotyczącej Poznania jako destynacji turystyki kulturowej [Mikos von Rohrscheidt 2011a]. W ostatniej części opracowania uzyskane wyniki badania zostały odniesione do wyników tamtych badań, umożliwiając tym samym aktualizację zawartych tam danych i stwierdzenie zmian zaistniałych w zachowaniach i preferencjach turystów na przestrzeni ostatnich trzech lat.

1. Charakterystyka zachowań i potrzeb turystów zwiedzających miasta

W turystyce kulturowej otwartość turystów i gotowość do intelektualnej konfrontacji z tym, czego doświadczają, jest uważana za oczywistą. W polskiej literaturze naukowej były już szerzej prezentowane opracowania na ten temat, zwracające uwagę na charakterystyczne cechy profilu turystów kulturowych i wynikające z tego ich zainteresowania [Mikos von Rohrscheidt 2009; 2010, s. 52–57 i 117–122; 2011a, 2012; Buczkowska 2009, 2011, 2012, Nowacki 2005]. Dlatego warto się ograniczyć do zestawienia najważniejszych sformułowanych tam wniosków z odesłaniem do wskazanych tekstów oryginalnych. Analizując one w wielu aspektach i ukazując złożoność tej formy turystyki i wybierających ją turystów (w tym turystów miejskich) oraz ich typowych zachowań

i potrzeb. Wśród najważniejszych cech „nowych” turystów zwiedzających miasta należy wymienić:

- Oczekiwanie czegoś więcej niż tylko wypoczynku i rozrywki. Ta cecha odróżnia turystów zwiedzających miasta (których już choćby ze względu na antropogeniczne atrakcje przez nich odwiedzane można określić jako turystów kulturowych) od aktywnych głównie fizycznie gości nadmorskich kurortów czy terenów górskich. Dla bardzo wielu z tej pierwszej grupy wizyta, szczególnie w mieście położonym za granicą, nabiera sensu poprzez zdobywanie nowej wiedzy (na przykład historycznej, o kulturze, w tym religii etnografii i innej) oraz konfrontację własnego obrazu i stylu życia z tym, którego mogą doświadczyć w odwiedzanym mieście, miejscu „nasączonym” inną historią i dziedzictwem innej kultury [Nowacki 2005, s. 77; Mikos von Rohrscheidt 2012, s. 64 i n.].
- Otwartość na spotkanie z „unicum” miejsca i jego *genius loci* [Mikos von Rohrscheidt 2009, 2012; Buczkowska 2012]. Taka niepowtarzalność walorów (w pierwszym wypadku) i specyficzna atmosfera miejsca (w drugim wypadku) stanowią ważną wartość dodaną w oczach kulturowego turysty. Są one bowiem w jego subiektywnym odbiorze podstawowym kryterium autentyczności jego spotkania z danym miejscem i stanowią nieodzowny element „kulturowego doświadczenia” odwiedzanych miast. Badacze coraz powszechniej widzą w tym właśnie elemencie istotną cechę wyróżniającą turystykę kulturową – i jej główny atut w stosunku to innych typów aktywności turystycznej [Smith 2009, s. 192–202].
- Oczekiwanie profesjonalnej i wieloaspektowej interpretacji pokazywanych zjawisk i obiektów. Z jednej strony powinna ona być zgodna z uznanymi standardami interpretacji dziedzictwa [Kruczek 2009, s. 11], z drugiej ma obejmować także odniesienie do złożoności zjawisk i wydarzeń, a więc na przykład uwzględniać ich różne narracje [Smith 2009, s. 85].
- Potrzeba indywidualizacji oferty zwiedzania. Jak wynika z obserwacji rynku, rosnący odsetek turystów korzystających z oferty przewodnika pojawia się w grupach rodzinnych lub nawet pojedynczo [Artyshuk 2010]. Jednocześnie lokalnie przeprowadzane analizy wykazują [Jerger 2007, s. 89], że tacy uczestnicy wyjazdów do miast coraz rzadziej zadowolają się standardowymi propozycjami zwiedzania: oczekują oni ze strony gospodarzy zindywidualizowanej oferty.
- Uwzględnienie różnic wynikających z miejsca pochodzenia turystów – w wypadku turystów zagranicznych ich kręgu kulturowego i odrębności dziejów – a także wynikającej z nich różnicy zainteresowań, a częstokroć także i ocen tego, czego doświadczać w trakcie turystycznej wyprawy. Turysci

chętnie poszukują w odwiedzanych miejscach śladów przedstawicieli własnej kultury lub całych warstw miejskiej substancji związanych z ich obecnością w dziejach miasta [Mikos von Rohrscheidt 2010, s. 128–131]. Przewodnik obsługujący obcojęzycznych gości musi mieć świadomość narodowych odmian wrażliwości historycznej, a czasem także charakterystycznych stereotypów [Gnieźnieńskie Forum 2010, s. 136]. Przykładem na znaczenie takich różnic i jednocześnie na ich uwzględnienie w ofercie zwiedzania miasta mogą być propozycje tras dla grup Polaków, Żydów i Niemców w Poznaniu, wyczerpująco opisane i zilustrowane przez zespół autorów monografii tego miasta jako destynacji turystyki kulturowej [Mikos von Rohrscheidt 2011a, s. 206–313].

Wynikająca z tego ostatniego stwierdzenia istotna potrzeba segmentacji narodowościowej (językowej, a więc przede wszystkim kulturowej) w tworzeniu oferty miejskiej dla turystów jest od dawna zauważana przez podmioty świadczące takie usługi i ich personel (przewodników miejskich). Jej uwzględnienie stało u podstaw metody przyjętej dla celów badania zachowań i zainteresowań turystów miejskich w Poznaniu, przeprowadzonego na przełomie lat 2009/2010, a także badania, którego wyniki prezentuje niniejsze opracowanie.

2. Metoda badania

Dane do analizy zostały uzyskane za pośrednictwem ankiety przeprowadzonej specjalnie na potrzeby artykułu wśród poznańskich przewodników miejskich, pracujących dla różnych zleceniodawców albo świadczących swoje usługi samodzielnie. Kwestionariusz ankiety autor opracował na użytek identycznych badań w roku 2010, i został on zaktualizowany tylko w odniesieniu do branych pod uwagę okresów czasowych. Obejmuje on pytania o liczbę obsługiwanych grup w trzech kolejnych latach: 2011, 2012 i 2013, z podziałem na język obsługi tych grup, pytania o rodzaj grup (z uwzględnieniem indywidualnych turystów i małych grup prywatnych), o przeciętną długość trwania usługi dla poszczególnych typów klientów, główny cel ich wycieczek, listę najczęściej zwiedzanych miejsc i obiektów, zleceniodawcę usługi, zwiedzane obiekty, wreszcie o miesiące roku z największą i najmniejszą liczbą zleceń.

Ankieta została zrealizowana przy aktywnej współpracy członków Stowarzyszenia Pilotów i Przewodników Turystyki Kulturowej, Biura KulTour.pl, Grupy Visit Poznań oraz Centrum Informacji Turystycznej (CIT) w Poznaniu w okresie od 15 października do 5 listopada 2013 roku – czyli w ostatnich

tygodniach sezonu turystycznego w Poznaniu i w pierwszych dniach po jego zakończeniu. Dzięki temu dane liczbowe za każdy z badanych sezonów turystycznych (2011, 2012 i 2013) można traktować jako pełne. Ogólnie liczba zleceń w tych latach, zrealizowanych przez ankietowanych przewodników, wyniosła 2989, zlecenia wykonywało 41 przewodników obsługujących turystów w 12 językach¹.

W odniesieniu do przeciętnego czasu trwania usługi, pochodzenia zleceń przekazanych przewodnikom przez operatorów oraz tras wybieranych przez turystów z poszczególnych grup uzyskane wyniki były dodatkowo konsultowane z czterema lokalnymi operatorami na poznańskim rynku przewodnickim.

Analiza i prezentacja profili i zachowań turystów korzystających z usług przewodników poznańskich została przeprowadzona w rozbiciu na kilka najczęściej pojawiających się w mieście grup narodowych lub grup językowych. Uzasadnieniem dla takiego kryterium grupowania danych i sposobu ich prezentacji jest silne powiązanie preferencji i zachowań z narodowością turystów stwierdzone na podstawie wyników poprzedniego badania [Mikos von Rohrscheidt 2011a].

W odniesieniu do podmiotów zlecających przewodnikom obsługę analizowanej grupy turystów, w badaniu z grupy organizatorów turystyki wyodrębniono wszystkie ważniejsze podmioty poznańskie (lokalni operatorzy, wynajmujący przewodników), a także osobno uwzględniono organizatorów turystyki z kraju i zza granicy. Za organizatorów turystyki uznano przy tym wszystkie podmioty spełniające definicję touroperatora (a więc zarówno klasyczne biura podróży, jak i organizatorów pakietów usług, w tym działających za pośrednictwem Internetu). Do grupy instytucji wśród zleceniodawców usług zaliczono urzędy, szkoły i uczelnie (w tym także prywatne).

Prezentacja i analiza danych została podzielona na pięć części: cztery szczegółowe, odpowiadające najliczniejszym grupom turystów, korzystających z usług przewodników miejskich (turyści niemieckojęzyczni, anglojęzyczni, rosyjskojęzyczni i hiszpańskojęzyczni) oraz zestawienie podstawowych danych dotyczące pozostałych turystów. Prezentując wyniki dane zaokrąglono do 0,5%. Wskazano także miesiące z największą liczbą zanotowanych zleceń oraz zestawiono listę obiektów zwiedzanych przez poszczególne grupy.

¹ Szczególne podziękowania za współpracę i pomoc w przeprowadzeniu badania należą się przewodnikom miejskim: Oleksijowi Artyszukowi, Joannie Baron-Grzesiak, Aleksandrze Czemko, Przemysławowi Ćwikle, Rafałowi Jankowiakowi, Natalii Kamińskiej, Barbarze Mandelke, Andrzejowi Dominikowi Ohde, Paulinie Ratkowskiej, Joannie Ratkowskiej i Katarzynie Tymek.

3. Wyniki badania

3.1. Turyści niemieckojęzyczni

Ze względu na stwierdzoną zbieżność programów zwiedzania oraz preferencje i zainteresowania turystów w badaniu nie wyodrębniono niewielkiej liczby zleceń zrealizowanych dla turystów austriackich, umieszczając ich w tej samej grupie. Segment ten jest największym z poddanych badaniu – liczba zleceń dla przewodników wyniosła 1218, w tym w 2011 roku – 416, w 2012 roku – 394, a w 2013 roku – 408.

Struktura typologiczna zleceń realizowanych w Poznaniu dla turystów niemieckojęzycznych jest następująca:

- zlecenia od touroperatorów zewnętrznych i lokalnych: 50,5%,
- zlecenia z przedsiębiorstw lub instytucji (grupy biznesowe i konferencyjne): 16,5%,
- grupy szkolne, w tym wymiany: 17%,
- zlecenia indywidualne lub małe grupy prywatne (do czterech osób): 10,5%,
- pozostali, w tym duże grupy prywatne: 5,5%.

Do miesięcy, w których jest realizowana największa liczba usług przewodnickich dla turystów niemieckojęzycznych, należą czerwiec, maj, wrzesień, sierpień i lipiec. Podmiotami najczęściej obsługującymi analizowany segment były (zleceniodawcy usługi, w kolejności według liczby zleceń): zagraniczni organizatorzy turystyki zamawiający bezpośrednio, KulTour.pl, krajowi organizatorzy turystyki spoza Poznania zamawiający bezpośrednio, zleceniodawcy prywatni zamawiający bezpośrednio, Visit Poznań, poznańskie przedsiębiorstwa, Biuro Obsługi Ruchu Turystycznego (BORT) PTTK, Centrum Turystyki Kulturowej (CTK) Trakt, CIT, poznańskie instytucje, inne niekomercyjne podmioty krajowe (instytucje i organizacje) oraz szkoły poznańskie i wielkopolskie.

Deklarowana przez turystów niemieckojęzycznych pozycja Poznania jako celu wyprawy była następująca:

- zwiedzający Poznań w ramach tranzytu: 37%,
- zwiedzający Poznań jako jeden z głównych, równorzędnych, celów wycieczki: 26,5%,
- zwiedzający Poznań jako jedyny cel wyprawy turystycznej: 18%,
- zwiedzający Poznań w ramach pobytu innego niż typowo turystyczny: 14%,
- grupy zainteresowane specjalnym programem zwiedzania, ustalonym z przewodnikiem lub jego zleceniodawcą (specjalistyczne, hobbystyczne): 4,5%.

Przeciętny czas zwiedzania miasta z przewodnikiem (średnia arytmetyczna) wyniósł 2,5 godziny, przy czym w podziale na typ odbiorcy czas wyniósł:

- grupy zwiedzające Poznań jako jedyny cel podróży turystycznej – 4,5 godziny,
- pozostałe zorganizowane grupy osób dorosłych – 2,5 godziny,
- turyści indywidualni i małe grupy prywatne – 3 godziny,
- grupy szkolne – 2 godziny.

Badania pozwoliły także na identyfikację obiektów preferowanych w programie zwiedzania przez turystów niemieckojęzycznych (w kolejności od zwiedzanych najczęściej): Stary Rynek z Bamberką, katedra i palatium (kościół NMP), fara i kolegium jezuickie, Dzielnicza Cesarska (Dzielnicza Zamkowa), Plac Wolności, ul. Wielka, tereny wokół jeziora Malta, Stary Browar, wnętrza Zamku Cesarskiego, zamek w Kórniku, dom Hindenburga przy ulicy Podgórnej, Makiety Dawnego Poznania, Pałac Górków, Park Cytadela oraz wnętrze Ratusza.

Do najczęstszych tras turystów niemieckojęzycznych w przestrzeni miejskiej należą:

1. Trasa piesza 1: Ostrów Tumski – Most Chrobrego – ul. Chwaliszewo – ul. Wielka – Stary Rynek – fara i kolegium jezuickie – ul. Gołębia – ul. Wrocławska – Stary Rynek – ul. Zamkowa – Góra Przemysła – ul. Ignacego Jana Paderewskiego – Plac Wolności – ul. 27 Grudnia – ul. Aleksandra Fredry – ul. Święty Marcin – pl. Adama Mickiewicza.
2. Trasa piesza 2: ul. Stawna (parking) – ul. Żydowska – Stary Rynek – fara i kolegium jezuickie – ul. Gołębia – ul. Wrocławska – pl. Wiosny Ludów – ul. Podgórna – Aleje Karola Marcinkowskiego – Plac Wolności – ul. 27 Grudnia – ul. Aleksandra Fredry – ul. Tadeusza Kościuszki – ul. Święty Marcin – pl. Adama Mickiewicza.
3. Trasa piesza 3.: Stary Browar – ul. Półwiejska – pl. Wiosny Ludów – ul. Wrocławska – fara i kolegium jezuickie – Stary Rynek.
4. Trasa kombinowana 1 (objazd i zwiedzanie): pl. Adama Mickiewicza (zwiedzanie) – al. Niepodległości – ul. Solna – ul. Garbary – ul. Dominikańska – ul. Wielka – Stary Rynek (zwiedzanie).
5. Trasa kombinowana 2: Malta – ul. Ludwika Zamenhofs – Rondo Środka – Ostrów Tumski (zwiedzanie) – ul. Ewarysta Estkowskiego – Park Cytadela (zwiedzanie) – ul. Garbary – Stary Rynek (zwiedzanie) – fara i kolegium jezuickie – ul. Ignacego Jana Paderewskiego – Aleje Karola Marcinkowskiego – ul. 27 Grudnia – ul. Aleksandra Fredry – ul. Święty Marcin – pl. Adama Mickiewicza – Stary Browar.

3.2. Turyści anglojęzyczni

Ponieważ zachowania turystów brytyjskich oraz pozostałych europejskich i pozaeuropejskich turystów korzystających z usługi w języku angielskim wykazują daleko idącą zbieżność, a aktualne badanie nie miało na celu pełnego ustalenia ich profili i próby stworzenia propozycji tras zwiedzania, w prezentacji wyników tego badania nie zastosowano podziału turystów anglojęzycznych na podgrupy. Liczba zleceń dla przewodników uwzględnionych w badaniu dla tej grupy wyniosła 665, w tym w 2011 roku – 153, w 2012 roku – 187 i w 2013 roku – 195.

Struktura typologiczna zleceń realizowanych dla tego segmentu odbiorców była następująca:

- zlecenia od touroperatorów zewnętrznych i lokalnych: 47,5%,
- zlecenia z przedsiębiorstw lub instytucji (grupy biznesowe i konferencyjne): 22%,
- grupy szkolne, w tym wymiany: 7,5%,
- zlecenia indywidualne lub małe grupy prywatne (do czterech osób): 19%,
- pozostali, w tym duże grupy prywatne: 4%.

Największe liczby usług przewodnickich dla badanego segmentu realizowano kolejno w maju, wrześniu, czerwcu, sierpniu oraz lipcu. Podmiotami najczęściej obsługującymi analizowany segment byli w kolejności: krajowi organizatorzy turystyki spoza Poznania zamawiający bezpośrednio, poznańskie przedsiębiorstwa, zagraniczni organizatorzy turystyki, Visit Poznań, KulTour.pl, zleceniodawcy prywatni zamawiający bezpośrednio, CIT, BORT PTTK, szkoły i uczelnie Poznania i Wielkopolski, poznańskie instytucje, CTK Trakt, inne niekomercyjne podmioty krajowe (instytucje i organizacje).

Deklarowana przez turystów anglojęzycznych pozycja Poznania jako celu wyprawy była następująca:

- zwiedzający Poznań w ramach pobytu innego niż typowo turystyczny – 30,5%,
- zwiedzający Poznań jako jeden z głównych, równorzędnych, celów wycieczki – 28%,
- zwiedzający Poznań jako jedyny cel wyprawy turystycznej – 23,5%,
- zwiedzający Poznań w ramach tranzytu – 7%,
- grupy zainteresowane specjalnym programem zwiedzania, ustalonym z przewodnikiem lub jego zleceniodawcą (specjalistyczne, hobbystyczne) – 11%.

Przeciętny czas zwiedzania z przewodnikiem wyniósł 3 godziny, przy czym w podziale na typ odbiorcy czas ten wynosi:

- 3,5 godziny dla grup zwiedzających Poznań jako jedyny cel podróży turystycznej,
- 2 godziny dla pozostałych zorganizowanych grup osób dorosłych,
- 4 godziny dla turystów indywidualnych i małych grup prywatnych,
- 3 godziny dla grup szkolnych.

Do najchętniej zwiedzanych obiektów przez turystów anglojęzycznych w Poznaniu należą (w kolejności od zwiedzanych najczęściej): Stary Rynek, Ostrów Tumski z katedrą, fara i kolegium jezuickie, pl. Adama Mickiewicza, Zamek Cesarski, Stary Browar, Góra Przemysła, Malta, Park Cytadela, Browary Lecha, zamek i arboretum w Kórniku, Ratusz, Muzeum Narodowe (Galeria Malarstwa i Rzeźby), Palmiarnia Poznańska, Rogalin, Muzeum Instrumentów Muzycznych, Muzeum Fort VII.

Badania pozwoliły wyróżnić najczęstsze trasy turystów anglojęzycznych w Poznaniu należą:

1. Trasa piesza 1: pl. Adama Mickiewicza – Dzielnica Cesarska (Dzielnica Zamkowa) – ul. Aleksandra Fredry – Plac Wolności – ul. Ignacego Jana Paderewskiego – Stary Rynek – ul. Półwiejska – Stary Browar.
2. Trasa piesza 2: Góra Przemysła – ul. Franciszkańska – Pałac Działyńskich – Stary Rynek (Waga Miejska – Bamberka – Ratusz) – ul. Świętosławska – fara i kolegium jezuickie – ul. Gołębia – ul. Wrocławska – ul. Ignacego Jana Paderewskiego – Plac Wolności – ul. 27 Grudnia – ul. Aleksandra Fredry – Zamek Cesarski (z zewnątrz) – pl. Adama Mickiewicza.
3. Trasa piesza 3: Ostrów Tumski – ul. Chwaliszewo – ul. Wielka – Stary Rynek – ul. Świętosławska – fara i kolegium jezuickie – ul. Wrocławska – ul. Ignacego Jana Paderewskiego – Aleje Karola Marcinkowskiego – ul. 27 Grudnia – ul. Aleksandra Fredry – ul. Święty Marcin – pl. Adama Mickiewicza.
4. Trasa piesza 4: ul. Dominikańska – ul. Żydowska – Stary Rynek – fara i kolegium jezuickie – ul. Zamkowa – Plac Wolności – ul. 27 Grudnia – ul. Aleksandra Fredry – ul. Święty Marcin – pl. Adama Mickiewicza – al. Niepodległości.
5. Trasa objazdowa: pl. Adama Mickiewicza – al. Niepodległości – ul. Królowej Jadwigi – Rondo Rataje – ul. Jana Pawła II – Malta – ul. abpa Antoniego Baraniaka – Browary Lecha – ul. abpa Antoniego Baraniaka – Rondo Śródką – ul. prymasa Stefana Wyszyńskiego – Ostrów Tumski – ul. Garbary – ul. Dominikańska – ul. Wielka – Stary Rynek.

3.3. Turyści rosyjsko- i ukraińskojęzyczni

Ze względu na zbieżne programy zwiedzania oraz ustalone preferencje i zainteresowania turystów w segmencie turystów rosyjskojęzycznych uwzględniono także kilkanaście zleceń zrealizowanych w języku ukraińskim. Liczba zleceń uwzględnionych w badaniu wyniosła 504, przy czym podział w poszczególnych latach wyniósł: w 2011 roku – 109, w 2012 roku – 168 i w 2013 roku – 227.

Struktura typologiczna zleceń kształtowała się następująco:

- zlecenia od touroperatorów zewnętrznych i lokalnych: 86%,
- zlecenia z przedsiębiorstw lub instytucji (grupy biznesowe i konferencyjne): 10,5%,
- grupy szkolne, w tym wymiany: 1%,
- zlecenia indywidualne lub małe grupy prywatne (do czterech osób): 1,5%,
- pozostali, w tym duże grupy prywatne: 0,5%.

Miesiącami z największą liczbą usług przewodnickich dla segmentu są w kolejności: lipiec, sierpień, maj, wrzesień oraz styczeń. Podmiotami najczęściej obsługującymi analizowaną grupę były: zagraniczni organizatorzy turystyki zlecający bezpośrednio, Kultour.pl, CIM, BORT PTTK, polskie instytucje i organizacje spoza Wielkopolski, poznańskie instytucje i organizacje, zleceniodawcy prywatni zamawiający bezpośrednio, polskie przedsiębiorstwa, krajowi organizatorzy turystyki zlecający bezpośrednio oraz „Przewodnik Królewski”.

Deklarowana przez turystów rosyjsko- i ukraińskojęzycznych pozycja Poznania jako celu wyprawy była następująca:

- zwiedzający Poznań w ramach tranzytu – 84%,
- zwiedzający Poznań jako jeden z głównych, równorzędnych, celów wycieczki – 6%,
- zwiedzający Poznań jako jedyny cel wyprawy turystycznej – 1,5%,
- zwiedzający Poznań w ramach pobytu innego niż typowo turystyczny – 7%,
- grupy zainteresowane specjalnym programem zwiedzania, ustalonym z przewodnikiem lub jego zleceniodawcą (specjalistyczne, hobbystyczne) – 1,5%.

Przeciętny czas zwiedzania z przewodnikiem wyniósł 1,5 godziny, przy czym w podziale na typ odbiorcy wyniósł:

- 3 godziny dla grup zwiedzających Poznań jako jedyny cel podróży turystycznej,
- 1,5 godziny dla pozostałych zorganizowanych grup osób dorosłych,
- 2 godziny dla turystów indywidualnych i małych grup prywatnych,
- 2,5 godziny dla grup szkolnych.

Do obiektów preferowanych w programie zwiedzania (w kolejności od zwiedzanych najczęściej) należą: Stary Rynek, fara i kolegium jezuickie, Dzielnica Cesarska (Dzielnica Zamkowa) – najczęściej z okien autobusu, Plac Wolności, katedra, Stary Browar, Zamek Cesarski, Góra Przemysła, Ratusz, zespół zamkow-ogrodowy w Kórniku, Cytadela i Muzeum Instrumentów Muzycznych. Z kolei do najczęstszych tras turystów rosyjskojęzycznych w przestrzeni miejskiej należą:

1. Trasa piesza: ul. Dominikańska/Stawna – ul. Żydowska – Stary Rynek – ul. Świętosławska – fara i kolegium jezuickie – Pl. Kolegiacki – Stary Rynek – Góra Przemysła – Plac Wolności.
2. Trasa piesza: Stary Rynek – ul. Świętosławska – fara i kolegium jezuickie – Plac Kolegiacki – Stary Rynek – Wzgórze Przemysła – Plac Wolności – ul. 27 Grudnia – ul. Aleksandra Fredry – Zamek Cesarski (ogród) – pl. Adama Mickiewicza (niekiedy w odwrotnej kolejności).
3. Trasa objazdowa 1: Górczyn (przy wiadukcie) – ul. Głogowska – Most Dworcowy – al. Niepodległości – pl. Adama Mickiewicza – ul. Henryka Wieniawskiego – al. Niepodległości – ul. Solna – ul. Garbary – ul. Dominikańska (zazwyczaj kończy się pieszym zwiedzaniem Starego Rynku).
4. Trasa kombinowana 1: Górczyn (przy wiadukcie) – ul. Głogowska – Most Dworcowy – al. Niepodległości – pl. Adama Mickiewicza (zwiedzanie) – ul. Henryka Wieniawskiego – al. Niepodległości – ul. Święty Marcin – Aleje Karola Marcinkowskiego – ul. Solna – ul. Garbary – ul. Dominikańska – ul. Żydowska – Stary Rynek (zwiedzanie) – fara i kolegium jezuickie (zwiedzanie) – Plac Kolegiacki – Stary Rynek.
5. Trasa kombinowana 2. Ostrów Tumski (zwiedzanie) – most Bolesława Chrobrego – ul. Garbary – ul. Dominikańska/Stawna – ul. Żydowska – Stary Rynek (zwiedzanie) – ul. Świętosławska – fara i kolegium jezuickie (zwiedzanie) – Plac Kolegiacki – Stary Rynek.

3.4. Turyści hiszpańskojęzyczni

Prócz turystów hiszpańskich do segmentu tego zaliczono także nieliczne zlecenia od hiszpańskojęzycznych turystów pochodzących z innych krajów spoza Europy. Liczba zleceń uwzględnionych w badaniu wyniosła 511, w tym w 2011 roku – 110, w 2012 roku – 183 oraz w 2013 roku – 218. Struktura typologiczna zleceń kształtuje się następująco:

- zlecenia od touroperatorów zewnętrznych i lokalnych: 71%,
- zlecenia z przedsiębiorstw lub instytucji (grupy biznesowe i konferencyjne): 9%,

- grupy szkolne, w tym wymiany: 0,5%,
- zlecenia indywidualne lub małe grupy prywatne (do czterech osób): 17%,
- pozostali, w tym duże grupy prywatne: 2,5%.

Do miesięcy, w których realizowano największą liczbę usług przewodnickich w opisywanym segmencie należą w kolejności: lipiec, czerwiec, sierpień, maj i wrzesień. Podmiotami najczęściej obsługującymi segment turystów hiszpańskojęzycznych należą: organizatorzy turystyki zamawiający bezpośrednio, Visit Poznań, zleceniodawcy prywatni zamawiający bezpośrednio, KulTour.pl, CIT, BORT PTTK, poznańskie instytucje, inne niekomercyjne podmioty krajowe (instytucje i organizacje), oraz przedsiębiorstwa zlokalizowane w Poznaniu.

Pozycja Poznania w strukturze wyjazdu realizowanego przez turystów z analizowanego segmentu była następująca:

- zwiedzający Poznań w ramach tranzytu – 4%,
- zwiedzający Poznań jako jeden z głównych, równorzędnych, celów wycieczki – 69%,
- zwiedzający Poznań jako jedyny cel wyprawy turystycznej – 23,5%,
- zwiedzający Poznań w ramach pobytu innego niż typowo turystyczny – 1,5%,
- grupy zainteresowane specjalnym programem zwiedzania, ustalonym z przewodnikiem lub jego zleceniodawcą (specjalistyczne, hobbystyczne) – 2%.

Przeciętny czas zwiedzania z przewodnikiem wyniósł 3 godziny, przy czym w podziale na typ odbiorcy wyniósł:

- 3,5 godziny dla grup zwiedzających Poznań jako jedyny cel podróży turystycznej,
- 2,5 godziny dla pozostałych zorganizowanych grup osób dorosłych,
- 4 godziny dla turystów indywidualnych i małych grup prywatnych,
- 3 godziny dla grup szkolnych.

Do obiektów preferowanych w programie zwiedzania należą (w kolejności od zwiedzanych najczęściej): Stary Rynek, fara i kolegium jezuickie, pl. Adama Mickiewicza, Ostrów Tumski z katedrą, Zamek Cesarski z zewnątrz wraz z ogrodem, kościół franciszkanów na Górze Przemysła, Stary Browar, Galeria Malta, zamek i arboretum w Kórniku, Park Cytadela, Ratusz, Muzeum Narodowe (Galeria Malarstwa i Rzeźby), Wzgórze Świętego Wojciecha oraz dodatkowo pałac w Rogalinie.

Do tras najczęściej wybieranych przez turystów hiszpańskojęzycznych należą:

1. Trasa kombinowana (pieszo-objazdowa): 1. Stary Rynek (zwiedzanie) – ul. Garbary – ul. Kazimierza Wielkiego – most Rocha – ul. Jana

- Pawła II – ul. abpa Antoniego Baraniaka – Malta (stok) – ul. abpa Antoniego Baraniaka – Rondo Śródka – Ostrów Tumski (zwiedzanie) – objazd: ul. Ewarysta Estkowskiego – ul. Solna – Aleje Karola Marcinkowskiego – Plac Wolności – ul. Aleksandra Fredry – ul. Tadeusza Kościuszki – ul. Święty Marcin – pl. Adama Mickiewicza (zwiedzanie).
2. Trasa głównie objazdowa: pl. Adama Mickiewicza – ul. Święty Marcin – Aleje Karola Marcinkowskiego – Plac Wolności – ul. Franciszka Ratajczaka – Stary Browar – ul. Tadeusza Kościuszki – ul. Krakowska – ul. Kazimierza Wielkiego – most Rocha – ul. Jana Pawła II – Rondo Śródka – Ostrów Tumski (ze zwiedzaniem katedry) – most Bolesława Chrobrego – ul. Garbary – ul. Dominikańska – spacer ul. Żydowską – Stary Rynek – fara i kolegium jezuickie – Pałac Górków – Stary Rynek.
 3. Trasa piesza 1: Stary Browar – ul. Półwiejska – pl. Wiosny Ludów – ul. Wrocławska – fara i kolegium jezuickie – ul. Świętosławska – Stary Rynek.
 4. W przypadku przedłużenia tego zwiedzania: ul. Zamkowa – ul. Ignacego Jana Paderewskiego – Aleje Karola Marcinkowskiego – Plac Wolności – ul. Aleksandra Fredry – ul. Tadeusza Kościuszki – Zamek Cesarski, ogród – pl. Adama Mickiewicza.
 5. Trasa piesza 2: Stary Browar – ul. Półwiejska – pl. Wiosny Ludów – ul. Wrocławska – ul. Gołębia – fara i kolegium jezuickie – ul. Klasztor-na – Pałac Górków – ul. Wodna – Stary Rynek.

3.5. Pozostali turyści

W tej grupie znaleźli się głównie turyści francusko- i włoskojęzyczni oraz turyści pochodzenia żydowskiego (zarówno anglo- jak i niemieckojęzyczni). Incydentalnie trafiają się grupy obsługiwane w językach niderlandzkim i portugalskim, zanotowano także pojedyncze przypadki grup chińskich, japońskich oraz arabskich.

Udział procentowy wszystkich wymienionych grup razem w stosunku do ogólnej liczby grup obsługiwanych przez badanych przewodników i poznańskich zleceniodawców wynosił w latach 2011–2013 około 3%. Ze względu na to, przekładający się na ich niewielkie znaczenie dla oferty turystycznej Poznania, a także ze względu na znaczne różnice preferencji pomiędzy nimi, odstąpiono od szczegółowej analizy pozyskanych danych w rozbiciu na poszczególne grupy, ograniczając analizę do podania najistotniejszych danych.

Ogólna liczba zleceń uwzględnionych w badaniu w latach 2011–2013 wyniosła 91, a średni czas zwiedzania wyniósł 3 godziny. Do najczęściej

obsługiwanych typ grup należą: dorośli w dużych zorganizowanych grupach (66%), indywidualni turyści i małe prywatne grupy (26%) oraz pozostałe typy (8%). Do najchętniej zwiedzanych obiektów należą: katedra i Ostrów Tumski, Stary Rynek, fara i kolegium jezuickie, Plac Wolności, pl. Adama Mickiewicza, Stary Browar oraz zamek i arboretum w Kórniku.

Podstawowe dane na temat zachowania i preferencji grup turystów zagranicznych w Poznaniu

Grupa turystów	Czas zwiedzania	Miesiące	Profil dominujący	Pozycja Poznania
Niemieckojęzyczni	2,5	VI, V, IX, VIII, VII	wycieczki objazd	tranzyt
Anglojęzyczni	3,0	V, IX, VI, VIII, VII	grupy celowe, pakiety	główny, cele inne
Rosyjskojęzyczni	1,5	VII, VIII, V, IX, I	wycieczki objazdowe	tranzyt
Hiszpańskojęzyczni	3,0	VII, VI, VIII, V, IX	wycieczki, pakiety	cel równorzędny
Pozostali	3,0	–	–	–

Źródło: Opracowano na podstawie przeprowadzonego badania.

W podsumowaniu wyników badania, w powyższej tabeli zestawiono wyniki osiągnięte w badaniu zachowań poszczególnych grup turystów, co umożliwiła analizę porównawczą i wyciągnięcie wniosków natury ogólnej. W kolumnie pt. „Czas zwiedzania” określono przeciętny czas dla danej grupy bez podziału na profile, a kolumna pt. „Miesiące” zawiera miesiące charakteryzujące się największą liczbą obsłużonych grup (symbolizują je numery, zgodnie z kolejnością występowania w roku). W kolumnie pt. „Profil dominujący” określono najczęściej występujący typ grupy turystycznej, a w kolumnie pt. „Pozycja Poznania” wskazano najczęściej występującą relację pobytu w Poznaniu w stosunku do głównego celu wyprawy.

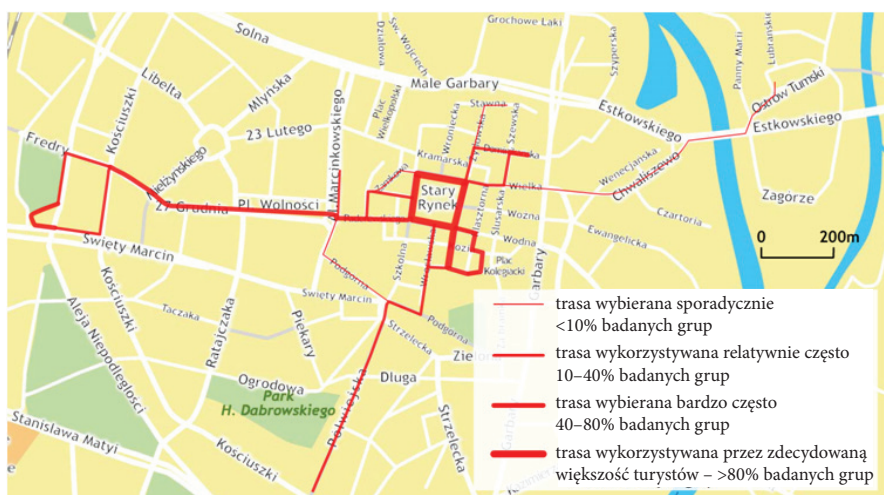
4. Wnioski

W świetle przedstawionych wyników badań dokonano syntetycznej charakterystyki aktualnych zachowań grup turystycznych w Poznaniu, które korzystają z usług przewodników miejskich:

- w większości wypadków zwiedzają oni miasto jako jeden z głównych celów wyprawy turystycznej, ale nie jedyny,
- znaczący odsetek odwiedzających przebywa w mieście w celach innych niż typowo turystyczne, na przykład biznesowych lub wymiany w ramach edukacji,
- wśród atrakcji zwiedzanych z przewodnikami dominują obiekty historyczne, a wyraźnie mniejszym powodzeniem cieszą się poznańskie ekspozycje muzealne,
- spacerowanie z przewodnikami mają w większości wypadków swoje klasyczne schematy przestrzenne, przez co nietrudno odtworzyć przebieg głównych potoków zwiedzających (por. rysunek 1), to z kolei może ułatwiać poprawę infrastruktury i oznakowania na tych trasach,
- w bardzo nieznacznym stopniu jest wykorzystywana oferta tematycznego zwiedzania miasta z przewodnikiem, pomimo istniejącego dużego potencjału w tej dziedzinie,
- czas trwania zamówionych usług przewodnickich w Poznaniu ogranicza się do 1,5–3 godzin.

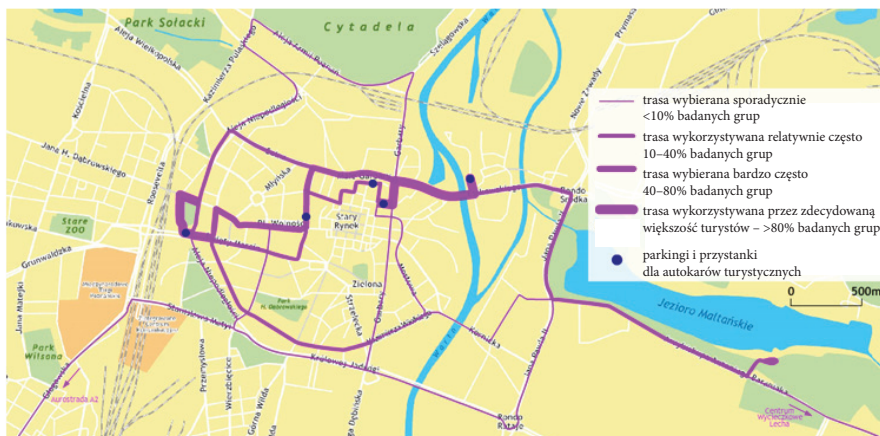
Uproszczony schemat głównych potoków turystów w Poznaniu zaprezentowano na rysunkach 1 i 2.

Warto wskazać najważniejsze zmiany, jakie stwierdzono na podstawie porównania wyników aktualnego badania i analiz opublikowanych w roku 2011.



Rysunek 1. Główne trasy turystów zwiedzających Poznań z przewodnikiem

Źródło: Opracowano na podstawie pozyskanych danych



Rysunek 2. Główne trasy turystów zwiedzających Poznań z przewodnikiem z użyciem autokaru

Źródło: Opracowano na podstawie pozyskanych danych

W przypadku turystów niemieckojęzycznych [Mikos von Rohrscheidt 2011b] zaszło kilka znaczących zmian. Stwierdzono wzrost udziału zleceń pochodzących od krajowych organizatorów turystyki i poznańskich operatorów usług przewodnickich. Jednocześnie zmalał udział procentowy zleceń bezpośrednich u przewodników. W analizowanym okresie niemal dwukrotnie wzrósł odsetek małych grup zamawiających usługi u poznańskich zleceniodawców oraz zleceń indywidualnych, pochodzących od osób prywatnych. Nastąpiło także przesunięcie w odniesieniu do czasu najczęstszych odwiedzin tej grupy turystów: miesiącem z największą liczbą zleceń jest aktualnie czerwiec, a następnym – maj, w latach 2008 i 2010 ta kolejność była odwrotna. Przeciętny czas zwiedzania miasta uległ znacznemu skróceniu: z 3,5 do 2,5 godzin i jest to największa, niekorzystna zmiana w tym zakresie wśród badanych grup. Przy stabilnym udziale zleceń od instytucji poznańskich i wielkopolskich (realizowanych w ramach programu pobytu ich gości z Niemiec) oraz szkół realizujących wymianę uczniów zauważalne jest dalsze zmniejszanie udziału tzw. grup sentymentalnych, natomiast powoli rośnie odsetek zleceń od grup objazdowych oraz liczba indywidualnych zleceń od osób nieuczestniczących w turystyce zorganizowanej i od prywatnych grup. Niewiele zmieniły się preferencje w zakresie zwiedzanych obiektów.

W przypadku turystów anglojęzycznych [Ratkowska 2011a] najważniejszą zmianą jest wzrost udziału zleceń pośredniczonych przez poznańskich operatorów usług przewodnickich i jednocześnie zmniejszenie procentowego

udziału zleceń bezpośrednich u przewodników. Jednocześnie niemal dwukrotnie wzrósł odsetek małych grup zamawiających usługi i poznańskich zleceńodawców oraz zleceń indywidualnych, pochodzących od osób prywatnych. Nastąpiło także przesunięcie w zakresie miesięcy z najczęstszymi odwiedzinami tej grupy turystów: miesiącem z największą liczbą zleceń jest aktualnie maj, a następnym – wrzesień, poprzednio były to wrzesień i czerwiec. Czas zwiedzania miasta i preferencje w zakresie obiektów nie uległy znaczącym zmianom.

W obsłudze turystów rosyjskojęzycznych [Artyshtuk 2011a] zanotowano duży przyrost liczby obsługiwanych grup, z jednoczesnym wzrostem udziału grup tranzytowych (wycieczek robiących przystanek na zwiedzanie w Poznaniu) i zmniejszeniem się udziału zamówień ze strony instytucji polskich. W liczbach bezwzględnych przekłada się to na bardzo znaczny wzrost udziału grup tranzytowych przy stagnacji liczby zleceń pochodzących od instytucji. To przesunięcie spowodowało skrócenie średniego czasu zwiedzania miasta do półtorej godziny.

Porównanie wyników badań wykazało znaczący przyrost liczby obsługiwanych grup hiszpańskich [Ratkowska 2011b]. Jest on spowodowany przede wszystkim uruchomieniem tanich lotów na trasie Poznań-Barcelona. Nastąpiło także przesunięcie w zakresie miesięcy z najczęstszymi odwiedzinami tej grupy turystów: miesiącem z największą liczbą zleceń jest aktualnie lipiec, a nie czerwiec, który plasuje się na drugim miejscu. Czas zwiedzania i preferencje w zakresie obiektów nie uległy znaczącym zmianom.

Analiza zestawienia wyników analizy wszystkich zleceń pochodzących od turystów zagranicznych, pozwala na stwierdzenie kilku podstawowych faktów, istotnych z punktu widzenia kreowania miejskiej oferty dla tej grupy gości.

- Odsetek grup zorganizowanych wśród turystów zagranicznych ogółem pozostaje znaczący, jednak systematycznie wzrasta udział zleceń prywatnych i pochodzących od organizacji i instytucji zleceń oprowadzania małych grup lub pojedynczych osób. Potwierdza to fakt, że ogólne trendy w turystyce kulturowej, w tym jej indywidualizacja, dotyczą także Poznania. Ta zmiana ma zasadnicze znaczenie dla formułowania propozycji zwiedzania przez samych przewodników i operatorów tych usług, stawia bowiem ich oferentów i wykonawców przed koniecznością znacznej modyfikacji oferty i wykreowania nowych produktów, akceptowanych przez tę nową grupę odbiorców. Powinna być także zauważona przez gestorów pozostałych usług turystycznych w mieście: przede wszystkim zaś przez zarządców hoteli, restauracji i muzeów. Ich oferta, badana w roku 2011 [Artyshtuk 2011b], nadal pozostaje skoncentrowana na duże, zorganizowane grupy turystyczne, a liczba i skład oferowanych przez nich pakietów indywidu-

alnych są nadal niewystarczające, przez co potrzeby szybko rosnącej grupy turystów odwiedzających Poznań pozostają nieuwzględnione, a same te podmioty i w konsekwencji także miasto tracą potencjalne zyski.

- Wzrasta aktywność poznańskich operatorów usług przewodnickich jako pośredników i zlecniodawców tych usług zarówno w segmencie turystów krajowych (w tym grup szkolnych), jak i zagranicznych. Przejęli oni znaczną część rynku usług, realizowanych dotychczas przez dawnego monopolistę: BORT PTTK, stali się także ważnym pośrednikiem usług dla turystyki szkolnej i pierwszymi partnerami zarówno dla zagranicznych touroperatorów (biur podróży i organizatorów pakietów), jak i prywatnych zlecniodawców.
- W trakcie badania stwierdzono skrócenie czasu zwiedzania turystów rosyjskojęzycznych i niemieckich, jednocześnie niewydłużenie czasu zwiedzania turystów z pozostałych grup językowych. Przyczyną takiego stanu rzeczy i niekorzystnych zmian może być nieumiejętna, nieprofesjonalnie realizowana promocja walorów Poznania. Inną przyczyną (i to odnoszącą się również do turystów niekorzystających z usług przewodnika) może być brak atrakcyjnych materiałów (przewodników i informatorów) w ich językach. Urząd Miasta i jego agendy nie są zainteresowane publikacją takich materiałów².

Analiza wyników badania pozwala na ustalenie głównych tras oprowadzania turystów po Poznaniu. Mogą one i powinny być uwzględnione w tworzeniu miejskiej oferty turystycznej. Powinno to znaleźć swoje odbicie najpierw w modyfikacji oferty i infrastruktury dla grup zorganizowanych i oprowadzanych. W dalszej części rozważań zamieszczono listę najpilniejszych potrzeb, uzasadnionych wynikami badania, a niezależnie od nich artykułowanych przez samych ankietowanych przewodników:

- Należy udostępnić publiczne toalety w nowych miejscach (zwłaszcza przy placu Adama Mickiewicza i w sektorze ulic Dominikańska/Stawna. W nich (i we wszystkich pozostałych) pożądane jest wprowadzenie możliwości uiszczania opłat w walucie europejskiej euro, w tym w monetach. Turysty zagraniczni często rozpoczynają swoją wizytę w Polsce od zwiedzania Poznania i bywają nieprzyjemnie zaskoczeni, nie mogąc zapłacić za tę podstawową usługę przed wizytą w (nierzadko odległym) kantorze wymiany walut.

² Propozycje pochodzące ze środowiska przewodników, w tym formułowane przez pisałego te słowa w latach 2009, 2011, 2012, były przez Wydawnictwo Miejskie kilkakrotnie odrzucane, co uzasadniano brakiem środków. Jednocześnie przez tego samego wydawcę były w tym samym okresie publikowane bardzo liczne kolejne przewodniki polskojęzyczne.

- Absolutnie konieczne jest utrzymanie parkingów dla autokarów turystycznych na ulicy Dominikańskiej i Stawnej³. Coraz więcej turystów zwiedza Dzielnicę Cesarską, należy więc także dodatkowo wyznaczyć miejsca dla autokarów turystycznych w bezpośrednim otoczeniu placu Adama Mickiewicza (gdzie aktualnie znajduje się tylko przystanek dla najwyżej dwóch autokarów z ograniczeniem do 15 minut postoju) – najlepszym rozwiązaniem byłoby wyznaczenie na przykład dwóch takich miejsc wzdłuż ulicy Wieniawskiego. Podobna modyfikacja powinna nastąpić przed głównym wejściem do Parku Cytadela od ul. Armii Poznań – wyznaczony tam przystanek powinien zostać przekształcony w parking dla autokarów turystycznych bez ograniczenia czasowego. Aktualna sytuacja w pobliżu Starego Browaru nie jest krytyczna: między Hotelem Novotel Poznań a IBB Andersia Hotel jest miejsce do parkowania autokarów, choć najczęściej go brakuje. Jednak po zrealizowaniu budowy planowanego w tym miejscu nowego obiektu konieczne będzie wyznaczenie miejsca dla parkowania autokarów turystycznych w bezpośredniej bliskości Starego Browaru. W przypadku terenów wokół Jeziora Maltańskiego aktualna możliwość bezpłatnego parkowania autokarów turystycznych jest wystarczająca, jednak tylko w dni robocze: parking ten jest w weekendy zapełniony przez samochody osobowe, istnieje zatem potrzeba wyznaczenia przynajmniej dwóch miejsc parkingu dla autokarów, na przykład na terenie dotychczasowego „dzikiego” parkingu przy ul. abpa Antoniego Baraniaka, po uporządkowaniu tego terenu i przystosowaniu wjazdu do większych, cięższych i wyższych pojazdów.
- Pożądane jest usunięcie zaniedbań w zakresie estetyki wielu miejsc, najczęściej oglądanych przez oprowadzanych po mieście turystów [Mikos von Rohrscheidt 2011c, s. 428]. Niewiele w tej kwestii zrobiono od chwili publikacji wspomnianej analizy. W kontekście zaprezentowanych w niniejszym

³ W kontekście aktualnej dyskusji w komisji rady miejskiej na temat ewentualnego zamknięcia parkingów dla autokarów właśnie na ulicach Stawnej i Dominikańskiej, oraz zamknięcie możliwości ich przejazdu na linii Dominikańska – Szewska – Stawna – Masztalarska – 23 Lutego, należy przypomnieć, że niemal wszystkie grupy turystyczne odwiedzające poznańskie Stare Miasto korzystają z parkingów na ul. Dominikańskiej i Stawnej, które nierzadko już teraz w sezonie turystycznym mają niewystarczającą liczbę miejsc. Byłoby zatem wielkim błędem ograniczanie ruchu autokarów właśnie na tej linii, a także postulowana przez niektórych likwidacja tych parkingów. Najwięcej na tym straciliby ci sami, dla których korzyści miałyby nastąpić owo uspokojenie lub likwidacja ruchu kołowego na tych ulicach, czyli właściciele sklepów i lokali gastronomicznych, ponieważ turyści z grup zorganizowanych przestaliby pojawiać się w tym fragmencie Starego Miasta, jako że istniejące tu atrakcje same z siebie nie są w stanie konkurować ze znajdującymi się po przeciwnej stronie Starego Rynku.

opracowaniu głównych tras turystów zwiedzających miasto z przewodnikami najbardziej pilne wydają się: poprawa stanu chodników na ulicach Żydowskiej i Wronieckiej, poprawa estetyki Chwaliszewa, szczególnie od strony Ostrowa Tumskiego, a także poprawa ogólnego krajobrazu Góry Przemysła i ulicy Stawnej w otoczeniu dawnej synagogi (jak zresztą i stanu konserwacji samego tego obiektu). Aktualnie realizowana w sąsiedztwie synagogi inwestycja budowlana na terenie dawnego dzikiego parkingu daje nadzieję na szybką poprawę stanu w tym miejscu. To samo powinno nastąpić po zakończeniu odbudowy i wyposażenia Zamku Królewskiego na Górze Przemysła.

- Stwierdzona niska pozycja ekspozycji muzealnych na liście obiektów preferowanych do zwiedzania przez grupy obsługiwane przez przewodników powinna skłonić administratorów muzeów do przynajmniej częściowej modyfikacji tematów i zawartości wystaw pod kątem zainteresowań turystów. Oznaczałoby to wyjście naprzeciw faktycznemu popytowi na informację i kulturową narrację. Dla poprawy frekwencji w muzeach pożądane jest także wprowadzenie przez zarządzających tymi placówkami polityki ścisłej współpracy z przewodnikami, która zaowocuje częstszym odwiedzaniem wystaw przez oprowadzane grupy, a jednocześnie wydłużeniem czasu zwiedzania przez turystów odwiedzających miasto – co będzie z obopólną korzyścią. Można to osiągnąć między innymi przez wprowadzenie biletów grupowych tylko na jedną wystawę o tematyce zbieżnej z zainteresowaniami grupy lub z tematem oprowadzania realizowanego przez przewodnika. W tym kontekście fundamentalne znaczenie ma jednak zachowanie muzeów w stosunku do samych przewodników. Jako zdecydowanie nieefektywne należy ocenić decyzje podjęte w ostatnich dwóch latach przez dyrekcje kilku z nich, które w ostatnim czasie odebrały przewodnikom miejskim prawo do oprowadzania po swoich wystawach. Skala ruchu turystycznego, obsługiwanego przez przewodników w Poznaniu, powinna ich przekonać, że upieranie się przy takim modelu „współpracy” ma negatywne skutki przede wszystkim dla samych muzeów – ponieważ ani przewodnicy, ani poznańscy operatorzy ich usług po prostu nie proponują ich zwiedzania obsługiwanym przez siebie turystom, koncentrując się na przestrzeniach otwartych i obiektach sakralnych. W wypadku dalszego utrzymywania tego stanu rzeczy powinni interweniować właściciele obiektów muzealnych (miasto i samorząd wojewódzki), których dopłaty do funkcjonowania muzeów pozostają niepotrzebnie na wysokim poziomie, przy jednoczesnym tolerowaniu braku opłat za bilety ze strony bardzo licznych grup turystycznych – i to w skali każdego roku.

Znaczącej zmiany w odniesieniu do popularności zwiedzanych ekspozycji należy się spodziewać po otwarciu od początku maja 2014 roku Interaktywnego Centrum Historii Ostrowa Tumskiego. Powinno to być także uwzględnione przez administratorów muzeów i ich właścicieli.

- Działania miasta na rzecz ruchu turystycznego powinny objąć uporządkowanie zasad wykorzystywania przestrzeni najczęściej zwiedzanej przez turystów, by – jeśli już się ich w żaden sposób nie wspiera – przynajmniej nie utrudniać przewodnikom wykonywania ich pracy, a turystom nie przeszkadzać w zwiedzaniu miasta. Jednym z ostatnich przykładów takiego nieliczącego się z innymi użytkownikami wykorzystywania przestrzeni publicznej są mnożące się w ciągu ostatnich dwóch lat występy artystów amatorów (m.in. żonglerów) przed Ratuszem, rozpoczynane natychmiast po ukazaniu się poznańskich koziołków, z użyciem znacznej mocy głośników i hałaśliwą muzyką. W powstającej kakofonii przewodnicy nie są w stanie kontynuować zwiedzania Starego Rynku, co znacznie obniża komfort turystów.
- Samorząd miejski mógłby, używając środków pozostających w jego dyspozycji⁴, doprowadzić do porozumienia w kwestii zasad udostępniania dla turystów najważniejszych poznańskich obiektów sakralnych. Poza funkcjami religijnymi są one bowiem częścią dziedzictwa kulturowego miasta, regionu i kraju, ich funkcjonowanie i konserwacja są także współfinansowane przez agendy państwa i samorząd, zatem pośrednio przez podatników, w tym także przez krajowych turystów. Nie powinno być tak, że z powodu niepodanych wcześniej do wiadomości publicznej nabożeństw wstęp do archikatedry lub jej ważnych przestrzeni (Kaplica Górków i cała nawa boczna) uniemożliwiany jest zorganizowanym grupom, które przybywają tam, respektując oficjalne czasy otwarcia, podane do publicznej wiadomości. Podobnie niekorzystnie na ofercie turystycznej miasta i jej recepcji odbija się ustalanie godzin stałych dodatkowych nabożeństw, co ostatnio jest w bazylice farnej dokładnie po godzinie dwunastej, czyli w czasie, gdy największa liczba turystów prowadzonych przez przewodników, spod Ratusza (koziołki!) przemieszcza się właśnie do zwiedzania tego obiektu.

⁴ Problem niedostępności lub niepewnej dostępności obiektów sakralnych jest, niestety, prawdziwym „znakiem firmowym” polskiej oferty turystycznej, sygnalizowanym już w innych publikacjach [Mikos von Rohrscheidt 2011c s. 433–435; Mikos von Rohrscheidt 2011d]. Wobec braku zainteresowania administratorów tych obiektów, proponowane tam środki poprawy tego stanu powinny być egzekwowane przez władze samorządowe wszędzie tam, gdzie partycypują one w jakikolwiek sposób w utrzymaniu i konserwacji obiektów sakralnych oraz ich otoczenia.

Podsumowanie

Zaprezentowane w artykule wyniki badania mogą być wykorzystane przez przewodników miejskich – zapoznanie się z nimi może pobudzić ich do działań na rzecz modyfikacji własnej oferty usług zgodnie z faktycznie stwierdzonym popytem.

Warto także wykorzystać wyniki badania do modyfikacji oferty dla turystów indywidualnych, niekorzystających z usług przewodników. Przestrzeń miasta można oznaczyć zgodnie z rzeczywistym ruchem turystycznym grup zorganizowanych, stwierdzonym między innymi na podstawie przeprowadzonego badania. Można to zrealizować na przykład przez wprowadzenie dodatkowych tablic kierunkowych tam, gdzie ich jeszcze nie ma, wyznaczenie tras wirtualnych dostępnych dla aplikacji GPS, wydanie drukowanych materiałów w różnych językach i mapek przygotowywanych dla turystów z poszczególnych grup językowych. Dzięki nim będą oni mogli dotrzeć do tych samych atrakcji. Korzyści będą obopólne: goście miasta zobaczą to, co dla nich najciekawsze, a gospodarze będą mieli możliwość skierować ich tam, gdzie z różnych powodów (takich jak sprawna organizacja ruchu czy efektywność systemu organizacji usług publicznych) chcieliby ich zaprowadzić.

Bibliografia

- Artyshuk, O., 2010, *Indywidualne pakiety turystyczne w turystyce kulturowej*, Turystyka Kulturowa, nr 9, s. 4–24.
- Artyshuk, O., 2011a, *Turyści rosyjskojęzyczni w Poznaniu*, w: Mikos von Rohrscheidt, A. (red.), *Obcy w Poznaniu. Historyczna metropolia jako ośrodek turystyki kulturowej*, KulTour.pl – Proksenia, Poznań – Kraków, s. 251–264.
- Artyshuk, O., 2011b, *Pakiety indywidualne w turystyce miejskiej. Poznań: analiza stanu i potrzeb*, w: Mikos von Rohrscheidt, A. (red.), *Obcy w Poznaniu. Historyczna metropolia jako ośrodek turystyki kulturowej*, KulTour.pl – Proksenia, Poznań – Kraków, s. 338–361.
- Bilińska, M., Olczykowski J., 2011, *Włosi w Poznaniu*, w: Mikos von Rohrscheidt, A. (red.), *Obcy w Poznaniu. Historyczna metropolia jako ośrodek turystyki kulturowej*, KulTour.pl – Proksenia, Poznań – Kraków, s. 287–302.
- Buczowska, K., 2009, *Turysta kulturowy - klient nietuzinkowy*, w: Stasiak, A. (red.), *Kultura i turystyka – wspólnie zyskać!* Wydawnictwo Wyższej Szkoły Teologiczno-Humanistycznej, Łódź, s. 81–94.

- Buczowska, K., 2011, *Kim są polscy turyści kulturowi na Starym Rynku w Poznaniu? Prezentacja profilu na podstawie badań ATLAS*, w: Mikos von Rohrscheidt, A. (red.), *Obcy w Poznaniu. Historyczna metropolia jako ośrodek turystyki kulturowej*, KulTour.pl – Proksenia, Poznań – Kraków, s. 94–108.
- Buczowska, K., 2012, *Turysta kulturowy w poszukiwaniu genius loci*, *Folia Turistica*, nr 26, s. 41–52.
- Buryan, P., Ohde, A.D., 2011, *Polskie grupy turystyczne w Poznaniu*, w: Mikos von Rohrscheidt, A. (red.), *Obcy w Poznaniu. Historyczna metropolia jako ośrodek turystyki kulturowej*, KulTour.pl – Proksenia, Poznań – Kraków, s. 206–222.
- Gnieźnieńskie forum ekspertów turystyki kulturowej, 2010, Pytanie 8 (*Umiejętności i zakres wiedzy niezbędne dla przewodników i pilotów obsługujących turystów kulturowych*), *Turystyka Kulturowa*, nr 2, s. 54–62.
- Jerger, T., 2007, *Leitfaden für Museum & Tourismus*, w: Grünewald Steiger, A., Brunotte, J. (Red.), *Forum Kulturtourismus. Qualitäten des kultivierten Reisens*, Bundesakademie F. Kultur, Wolfenbuettel, s. 74–94.
- Kruczek, Z., 2009, *Nowa turystyka i nowi turyści. Wyzwania XXI wieku dla pilotów i przewodników. Trendy i tendencje w turystyce XXI w.*, w: Kruczek, Z. (red.), *Jakość usług w pilotażu i przewodnictwie. Materiały w IV Forum Pilotażu i Przewodnictwa*, Proksenia, Kraków, s. 7–12.
- Mikos von Rohrscheidt, A., 2009, *Nowoczesne trasy miejskie jako forma prezentacji historii i kultury oraz oferta turystyczna*, w: Stasiak, A. (red.), *Kultura i turystyka. Wspólnie zyskać!* Wydawnictwo Wyższej Szkoły Teologiczno-Humanistycznej, Łódź, s. 95–126.
- Mikos von Rohrscheidt, A., 2010, *Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*, wyd. 2, KulTour.pl, Poznań.
- Mikos von Rohrscheidt, A., (red.) 2011a, *Obcy w Poznaniu. Historyczna metropolia jako ośrodek turystyki kulturowej*, KulTour.pl – Proksenia, Poznań – Kraków.
- Mikos von Rohrscheidt, A., 2011b, *Niemcy w Poznaniu*, w: Mikos von Rohrscheidt, A. (red.), *Obcy w Poznaniu. Historyczna metropolia jako ośrodek turystyki kulturowej*, KulTour.pl – Proksenia, Poznań – Kraków, s. 223–238.
- Mikos von Rohrscheidt, A., 2011c, *Poznań: Atuty i słabości oraz dylematy i szanse miasta jako ośrodka turystyki kulturowej* w: Mikos von Rohrscheidt, A. (red.), *Obcy w Poznaniu. Historyczna metropolia jako ośrodek turystyki kulturowej*, KulTour.pl – Proksenia, Poznań – Kraków, s. 424–455.
- Mikos von Rohrscheidt, A., 2011d, *Faktyczna dostępność turystyczna obiektów sakralnych jako problem turystyki religijnej w Polsce*, w: Kroplewski, Z., Panasiuk, A. (red.), *Turystyka Religijna. Zagadnienia interdyscyplinarne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin, s. 35–57.
- Mikos von Rohrscheidt, A., 2012, *Przewodnictwo miejskie w kontekście wyzwań współczesnej turystyki kulturowej*, w: Kruczek, Z. (red.), *Specjalizacja i profesjonalizacja we współczesnym pilotażu i przewodnictwie*, Proksenia, Kraków, s. 61–98.

- Mikos von Rohrscheidt, A., Ratkowska P., 2011, *Turyści pochodzenia żydowskiego w Poznaniu*, w: Mikos von Rohrscheidt, A. (red.), *Obcy w Poznaniu. Historyczna metropolia jako ośrodek turystyki kulturowej*, KulTour.pl – Proksenia, Poznań – Kraków, s. 303–315.
- Nowacki, M., 2005, *Interpretacja dziedzictwa w pracy przewodnika i pilota wycieczek*, w: *Pilotaż i przewodnictwo – nowe wyzwania*. Materiały z II Forum Pilotażu i Przewodnictwa, Warszawa, 14–15 października 2005, Proksenia, Kraków s. 67–79.
- Piechowicz, M., 2011, *Francuzi jako turyści w Poznaniu*, w: Mikos von Rohrscheidt, A. (red.), *Obcy w Poznaniu. Historyczna metropolia jako ośrodek turystyki kulturowej*, KulTour.pl – Proksenia, Poznań – Kraków, s. 265–273.
- Ratkowska, P., 2011a, *Turyści anglojęzyczni w Poznaniu*, w: Mikos von Rohrscheidt, A. (red.), *Obcy w Poznaniu. Historyczna metropolia jako ośrodek turystyki kulturowej*, KulTour.pl – Proksenia, Poznań – Kraków, s. 274–286.
- Ratkowska, P., 2011b, *Hiszpanie w Poznaniu*, w: Mikos von Rohrscheidt, A. (red.), *Obcy w Poznaniu. Historyczna metropolia jako ośrodek turystyki kulturowej*, KulTour.pl – Proksenia, Poznań – Kraków, s. 239–250.
- Smith, M.K., 2009, *Issues in Cultural Tourism Studies*, Routledge, New York.