

Spis treści

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

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