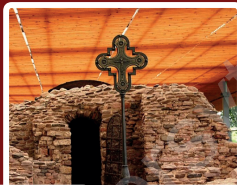


Armin Mikos von Rohrscheidt

SZLAK PIASTOWSKI W PRZEBUDOWIE

STRUKTURA, ZARZĄDZANIE,
OFERTA KULTUROWO-TURYSTYCZNA



PROKSENIA

Armin Mikos von Rohrscheidt

SZLAK PIASTOWSKI W PRZEBUDOWIE
Struktura, zarządzanie, oferta kulturowo-turystyczna

PROKSENIA
Kraków 2013

Biblioteka Uniwersytetu Zielonogórskiego

Spis treści

Wprowadzenie	7
Rozdział 1 Kontekst, przedmiot i metodologia badań Szlaku	
Piastowskiego	20
1.1 Szlaki tematyczne jako formy popularyzacji walorów kultury i produkty turystyczne	20
1.1.1. Szlaki tematyczne jako sposób udostępniania dziedzictwa i organizacji uczestnictwa w kulturze	21
1.1.2. Szlaki tematyczne jako przestrzeń edukacji pozaszkolnej	25
1.1.3. Ekonomiczny aspekt funkcjonowania szlaku kulturowego	31
1.1.4. Problem poziomu organizacji i trwałości oferty polskich szlaków kulturowych	34
1.2. Znaczenie zarządzania humanistycznego w kontekście funkcjonowania szlaków kulturowych	36
1.2.1. O potrzebie zarządzania humanistycznego w sferze kultury	36
1.2.2. Główne problemy humanistycznego zarządzania kulturą	42
1.2.3. Elementy humanistycznego zarządzania w strategii szlaku kulturowego	44
1.2.4. Humanistyczne podejście w szczegółowych aspektach zarządzania szlakiem kulturowym	51
1.3 Szlak Piastowski – prezentacja systemu	59
1.3.1 „Stary” Szlak Piastowski	59
1.3.2. Ruchome dziedzictwo – geneza i historyczne zmiany przestrzeni Szlaku Piastowskiego	62
1.3.2.1. „Prahistoria” szlaku i koncepcja Jana Kilarskiego	63
1.3.2.2. Koncepcja „milenijna” (1960-1966) i początki zagospodarowania turystycznego	65
1.3.2.3. Koncepcja „totalna” (1968) i drugi etap zagospodarowania	68
1.3.2.4. „Ósemka Łęckiego” i jej kolejne wersje	71
1.3.2.5. Okres od 1989 do 2008: poszerzanie i redukcje przestrzeni szlaku	73
1.3.2.6. Nowa sytuacja i nowa organizacja (1994-2010)	76
1.3.2.7. Struktura szlaku na podstawie inwentaryzacji z 2008 i badań z roku 2010	80
1.3.2.8. Zbiorcza dokumentacja zmian przestrzeni szlaku	83
1.3.2.9. Podsumowanie badania dziejów szlaku	85
1.3.3. Badanie potencjału turystycznego Szlaku Piastowskiego z roku 2010 i jego wyniki	86
1.3.4. Przebudowa przestrzeni i reorganizacja oferty - „nowy” Szlak Piastowski	88
1.4. Koncepcja metodologiczna badań	98
1.4.1. Całościowa koncepcja badań	98
1.4.2. Koncepcja i przebieg audytu Szlaku Piastowskiego	104
1.4.2.1. Cele audytu	104
1.4.2.2. Instrumenty badawcze audytu	105

1.4.2.3. Procedury badawcze w realizacji audytu.....	107
1.4.2.4. Wykonawcy, etapy i segmenty badań.....	111
1.4.2.5. Dokumentacja badań	113
1.4.3. Badanie turystów w obiektach szlaku	114
1.4.3.1. Szczegółowe cele i zakres badania	114
1.4.3.2. Metoda badawcza	116
1.4.3.3. Instrumenty badawcze	120
1.4.3.4. Wykonawcy badań.....	124
1.4.3.5. Przebieg badania turystów.....	125
1.4.3.6. Próba badawcza	127
1.4.3.7. Ewaluacja i dokumentacja badań.....	128
1.4.4. Ogólne ramy czasowe realizacji badań Szlaku Piastowskiego	130
Rozdział 2. Wyniki audytu Szlaku Piastowskiego	131
Wstęp:.....	131
2.1. Obiekty szlaku.....	137
2.1.1. Stan obiektów.....	137
2.1.2. Stan tematyzacji obiektów	138
2.1.3. Ranga obiektów szlaku	139
2.1.4. Różnorodność obiektów.....	141
2.1.5. Dostępność faktyczna obiektów dla turystów.....	143
2.1.6. Oznaczenie obiektów	144
2.1.7. Oferta turystyczna obiektów:	151
2.1.7.1. Wystawy w obiektach i w przestrzeni szlaku	151
2.1.7.1.1. Wystawy tematyczne w obiektach szlaku	151
2.1.7.1.2. Wystawy częściowo zgodne z profilem w obiektach i przestrzeni szlaku	155
2.1.7.1.3. Pozostałe wystawy stałe w przestrzeni szlaku.....	156
2.1.7.1.4. Typy wystaw w obiektach szlaku.....	158
2.1.7.2. Oferta zajęć edukacyjnych w obiektach szlaku	159
2.1.7.3. Mikroeventy w obiektach szlaku	160
2.1.7.4. Usługa przewodnictwa w obiektach	164
2.1.7.5. Gastronomia w obiektach i ich bezpośrednim otoczeniu	165
2.1.7.6. Sklepy i kioski obiektowe, materiały dla turystów	165
2.1.7.7. Personel obsługi turystów	166
2.1.8. Aktywna obecność obiektów w zasobach Internetu:	168
2.2. Przestrzeń szlaku	170
2.2.1. Pozostały potencjał turystyczno-kulturowy w otoczeniu obiektów	170
2.2.1.1. Gminy w przestrzeni szlaku.....	170
2.2.1.2. Aktualna organizacja turystyki w przestrzeni szlaku:	172
2.2.1.3. Udział szlaku w potencjale turystyczno-kulturowym mikroregionów.....	173
2.2.2. Infrastruktura noclegowa	175
2.2.3. Infrastruktura gastronomiczna	178
2.2.4. Pozostała oferta spędzania czasu wolnego w przestrzeni szlaku	181
2.3. Koordynacja szlaku	182

2.3.1. Typ i status koordynatora	183
2.3.2. Zakres koordynacji	184
2.3.3. Aktualny model koordynacji	186
2.3.4. Współpraca z obiektami w ramach szlaku	187
2.3.5. Promocja szlaku	188
2.4. Życie szlaku	188
2.4.1. Obsługa turystów poza obiektami	188
2.4.1.1. Informacja turystyczna	188
2.4.1.2. Usługi przewodnickie w miejscowościach	189
2.4.1.3. Pakiety turystyczne	189
2.4.2. Lokalne tematyczne trasy turystyczne o profilu kulturowym	190
2.4.3. Eventyzacja przestrzeni szlaku	190
2.4.4. Grupy animacji historii działające w przestrzeni szlaku	194
2.5. Dostępność komunikacyjna	197
2.5.1. Zwartość szlaku	198
2.5.2. Przejezdność dróg	198
2.5.3. Oznaczenia szlaku na trasach	201
2.5.4. Dojazd kolejowy do obiektów	202
2.5.5. Dostępność obiektów dla publicznej komunikacji autobusowej	202
2.5.6. Trasy alternatywne w ramach szlaku	206
Rozdział 3. Turyści na Szlaku Piastowskim. Profile, zachowania, opinie	208
Wstęp	208
3.1. Profil, zachowania i opinie turystów kulturowych zwiedzających	
Szlak Piastowski jako linearny tematyczny system penetracji turystycznej	208
3.1.1. Moduł A - Selekcja:	209
3.1.2. Moduł B - Motywacje:	209
3.1.3. Moduł C - Preferencje turystyczne:	215
3.1.4. Moduł D - Pobyt i aktywność turystyczna	223
3.1.5. Moduł E - Ocena Szlaku Piastowskiego	227
3.1.6. Moduł F - Wydatki turystów	232
3.1.7. Moduł G - Organizacja pobytu i źródła informacji	234
3.1.8. Moduł H - Metryczka	238
3.2. Profile, zachowania i opinie turystów kulturowych zwiedzających	
pojedyncze obiekty Szlaku Piastowskiego (TO)	242
3.2.1. Moduł A - Selekcja:	242
3.2.2. Moduł B - Motywacje badanych	243
3.2.3. Moduł C - Preferencje turystyczne	248
3.2.4. Moduł D - Pobyt i aktywność turystyczna	252
3.2.5. Moduł F - Wydatki turystów	257
3.2.6. Moduł G - Organizacja pobytu i źródła informacji	259
3.2.7. Moduł H - Metryczka	262
3.3. Profil i opinie zwiedzających pojedyncze obiekty Szlaku Piastowskiego	
osób zamieszkanych w bliskiej okolicy	266
3.3.1. Moduł A - selekcja:	266
3.3.2. Moduł B - Motywacje badanych:	267

3.3.3. Moduł D - Ocena oferty obiektu i obsługi turystycznej.....	270
3.3.4. Moduł H - Metryczka.....	272
3.4. Dane uzupełniające.....	277
Rozdział 4. Propozycje modyfikacji i korekty systemu.....	278
4.1. Ogólne postulaty modernizacji koncepcji i oferty szlaku	279
4.1.1. Adresaci: dostosowanie oferty szlaku do profilu i preferencji turystów.....	279
4.1.2. Magnesy szlaku.....	286
4.1.2.1. Obiekty – modernizacja i modyfikacja oferty	286
4.1.2.2. Eventy tematyczne.....	290
4.1.2.3. Lokalne trasy tematyczne.	292
4.1.2.4. Spójny program nowoczesnych wystaw.....	298
4.1.2.5. Tematyczne oferty dla rodzin z dziećmi.....	300
4.1.3. Kanały szlaku.....	301
4.1.3.1. Pakiety indywidualne i grupowe.....	301
4.1.3.2. Oferty tras przekrojowych.....	304
4.1.3.3. Trasy alternatywne.....	309
4.1.3.4. Lokalna oferta grup animacji historii i rekonstrukcji historycznej.....	310
4.1.4. Silniki szlaku.....	313
4.1.4.1. Projekt zwiedzania Szlaku Piastowskiego.....	313
4.1.4.2. „Tydzień na Szlaku” i inne kalendarze eventów.....	314
4.1.4.3. Doroczny konkurs lub gra tematyczna na Szlaku Piastowskim.....	316
4.1.4.4. Stały system rabatowy Szlaku Piastowskiego.....	317
4.1.5. Bezpieczniki szlaku.....	317
4.1.5.1. Rada Szlaku jako gwarant realizacji celów szlaku	318
4.1.5.2. Procedura wpisu obiektu na listę szlaku	319
4.1.5.3. Gwarancja dostępności obiektów i usług na szlaku.....	320
4.1.5.3.1. Standardy udostępnienia obiektów.....	320
4.1.5.3.2. Porozumienia o udziale w szlaku i udostępnianiu obiektu.....	321
4.1.5.3.3. Monitoring dostępności obiektów.....	323
4.1.5.3.4. Procedury naprawcze. Zawieszenia i wyłączenia.....	324
4.1.5.4. Gwarancja oznaczenia obiektów szlaku	325
4.1.5.5. Gwarancja jakości oferty: kompletny system monitoringu produktu.....	326
4.1.5.5.1. Bieżący monitoring wewnętrzny.....	327
4.1.5.5.2. Bieżący monitoring zewnętrzny.....	328
4.1.5.5.3. Audyt systemowy.....	328
4.2. Zalecenia szczegółowe	329
4.2.1. Zalecenia w odniesieniu do szlaku jako systemu.....	329
4.2.2. Zalecenia w odniesieniu do obiektów	336
4.2.3. Zalecenia w odniesieniu do usług w przestrzeni szlaku.....	344
4.2.4. Zalecenia w zakresie eventyzacji szlaku.....	350
4.2.5. Zalecenia okresowe.....	353
4.3. Koncepcja zarządzania Szlakiem Piastowskim.....	355
4.3.1. Koordynacja szlaku.....	355

4.3.1.1. Zakres koordynacji i jej wykonawcy	356
4.3.1.2. Proponowany zakres koordynacji Szlaku Piastowskiego	362
4.3.1.3 Proponowany model koordynacji Szlaku Piastowskiego	364
4.3.1.4. Możliwości finansowania koordynacji szlaku	368
4.3.1.5. Proponowane etapy instalacji komórek zarządczych	375
4.3.2. Partnerstwo dla szlaku – sformalizowana i stała współpraca	377
4.3.3. Dystrybucja usług	380
4.3.4. Informacja	382
4.3.5. Promocja	385
4.3.6. Personel	388
Zakończenie	392
Literatura i dokumentacja	401
Spis rycin i tabel	416
Załączniki	419

Wprowadzenie

Turystyka kulturowa należy do najstarszych form podróżowania w czasie wolnym, choć jej wyraźne wyodrębnienie wśród ofert turystycznych nastąpiło niedawno, a nazwa używana współcześnie na określenie tego rodzaju aktywności ludzkiej jest stosunkowo młoda. Niezależnie od zbieżności opinii teoretyków co do zakresu tego pojęcia, istnieje także wiele definicji turystyki kulturowej, a akcenty położone przez poszczególnych autorów wynikają z ich rozumienia samej kultury, z rozmaitych kryteriów stosowanych przez nich do wyodrębnienia turystyki kulturowej oraz z celów, stawianych przed definicją [Mikos v. Rohrscheidt 2008b, s. 29-30]. W założeniach teoretycznych do przeprowadzonych badań oraz w wywodach stanowiących treść tej pracy odwołujemy się do definicji tzw. funkcjonalnej, zaproponowanej przez autora i w międzyczasie szeroko przyjmowanej w kręgach badaczy polskiego obszaru językowego. Jej treść odpowiada współczesnemu rozumieniu kultury, wskazuje istotne kryteria wyodrębnienia wypraw kulturowych na podstawie ich związku ze świadomym uczestnictwem w kulturze, a jednocześnie ujmuje turystykę kulturową jako integralną część zjawiska turystyki, klarownie oddzielając ją w jego ramach od innych typów aktywności turystycznych, przez co może stanowić zdatny instrument dla tworzenia i dystrybucji produktów turystycznych.

Nazwą turystyki kulturowej możemy określić te wszystkie grupowe lub indywidualne wyprawy o charakterze turystycznym, w których spotkanie uczestników podróży

z wytworami kultury (czyli z czymś, co odsyła ich do kultury jako rzeczywistości myślowej, a ich samych czyni interpretatorami owych wytworów), skutkujące jakościowym powiększeniem ich wiedzy o niej i o zorganizowanym przez człowieka świecie otaczającym jako jej wytworze, jest zasadniczą częścią programu podróży lub stanowi rozstrzygający argument dla indywidualnej decyzji o jej podjęciu lub wzięciu w niej udziału [Mikos v. Rohrscheidt 2010a, s.42]¹

Współczesna turystyka kulturowa (w tym szczególnie te typy wypraw oraz te oferty przygotowywane dla turystów, które są ukierunkowane na spotkanie z dziedzictwem kulturowym), łączy dystrybucję kultury (w tym wiedzy), uczestnictwo w niej podejmowane przez odbiorców w ich wolnym czasie oraz rozmaite przedsięwzięcia natury organizacyjnej, nakierowane na osiągnięcie zysku i/lub rozwój lokalnego rynku pracy. Dlatego w tworzeniu i realizacji ofert wypraw kulturowych należy zważać na zachowanie równowagi kilku istotnych aspektów. Z jednej strony uświadamianą wartością i celem działań powinno być zachowanie autentycznego dziedzictwa (a obok tego zagwarantowanie realizacji pierwszorzędnych celów istnienia i funkcjonowania poszczególnych odwiedzanych miejsc i obiektów, jak w przypadku obiektów sakralnych: czynności liturgiczne, muzeów: gromadzenie i zachowanie materialnych świadectw, a w przypadku np. rynków miejskich i zespołów służących życiu publicznemu bieżące funkcjonowanie danej społeczności). Z drugiej strony dla efektywności przekazu kulturowego oraz powodzenia rynkowego produktów niezbędne jest zagwarantowanie udostępniania zasobów i walorów kulturowych turystom, w tym nie tylko możliwość fizycznego wejścia na teren obiektów i ich zwiedzenia, ale także skuteczna dystrybucja wiedzy (przez atrakcyjny przekaz treści i ich interpretację) oraz stworzenie warunków dla osobistego doświadczania m.in. historycznego aspektu kultury, na przykład za pomocą inscenizowanych przeżyć czy realizacji interaktywnych scenariuszy. Wreszcie, po trzecie, niezbędne jest osiągnięcie dochodu, gwarantującego utrzymanie usługodawców, zapewniającego lub wspomagającego funkcjonowanie obiektów i generującego miejsca pracy, tym samym pośrednio przyczyniającego się do rozwoju gospodarczego danego obszaru. Jest to częstokroć dylemat wywołujący serię praktycznych konfliktów w poszczególnych miejscowościach i mikroregionach. Zadaniem organizatorów turystyki kulturowej i zarządzających jej produktami jest pogodzenie często rozbieżnych priorytetów i standardów i stworzenie na bazie współpracy różnorodnych podmiotów produktów

¹ Definicja tzw. funkcjonalna turystyki kulturowej została po raz pierwszy zaprezentowana w pierwszym wydaniu cytowanej pracy, opublikowanym ponad dwa lata wcześniej [Mikos v. Rohrscheidt 2008a] – była to pierwsza monografia w języku polskim dotycząca turystyki kulturowej). Szersze jej uzasadnienie podane jest przytaczanym artykule [Mikos v. Rohrscheidt 2008b], natomiast ostatnia wersja, uzupełniona o wywody na temat związków kultury i turystyki, zawarta jest w drugim wydaniu cytowanej publikacji, z którego pochodzi zacytowane tutaj dosłowne brzmienie definicji.

turystycznych, spełniających jednocześnie funkcje kanałów przekazu kulturowego atrakcyjnych dla rozmaitych grup odbiorców i generatorów przychodu [Podemski 2005, s. 114]. W tym znaczeniu można w pełnej zgodzie z teoretykami turystyki zrównoważonej określić prawidłowo organizowaną i realizowaną współczesną turystykę kulturową jako formę tej ostatniej, zwłaszcza że oni sami wymieniają ją jako jedną z jej kategorii [Kowalczyk 2010, s.33-34]. W całej rozciągłości dotyczy to takich systemów eksploatacji turystycznej jak szlaki kulturowe, służące uczestnictwu w kulturze przez udostępnianie jej zasobów, tematykacji wypraw turystycznych i organizacji ruchu turystycznego na konkretnych obszarach.

Problematyka szlaków kulturowych w badaniach naukowych

Dokonane w ciągu ostatnich kilkudziesięciu lat przewartościowanie tradycyjnej (izolacyjnej) koncepcji zabytków i miejsc historycznych, powiązane z wprowadzeniem ich nowego ujęcia jako komponentu całości o znacznie większej skali oraz pełniejsze pojmowanie znaczenia dziedzictwa kulturowego zarówno dla tworzenia więzi międzykulturowych i poznania dorobku ogólnoludzkiego, jak i dla budowania kulturowej tożsamości jednostek i grup społecznych (lokalnych, regionalnych, narodowych) oraz rozwoju regionów [Gaweł 2011, s. 9] wymaga nowego spojrzenia na systemy eksploatacji turystycznej, uwzględniające dziedzictwo kulturowe i służące jego przekazowi. Bezpośrednie odniesienie licznych szlaków kulturowych do dziedzictwa kulturowego danego regionu powoduje, że obok ich wykorzystania jako gotowej oferty w ramach kulturowej turystyki regionalnej pełnią one funkcję popularyzacji (a pośrednio wprowadzania w obieg kulturowy) określonych wartości utożsamianych z danym regionem [Mikos v. Rohrscheidt 2009s, s. 84].

Dotychczas badania problematyki związanej z funkcjonowaniem szlaków kulturowych podejmowano sporadycznie, ograniczając się przy tym do pojedynczych systemów lub ich niewielkich grup. Szlakom poświęconych jest szereg opracowań publikowanych regularnie w fachowych czasopismach, jednak ich autorzy albo zajmują się tym przedmiotem pobieżnie, prezentując lub zestawiając nie zawierające analiz opisy istniejących systemów, albo rozpatrują ich znaczenie i funkcje w szerszych kontekstach, na przykład w ramach regionalnych i lokalnych strategii turystycznych [Hayes, MacLeod 2008], koncepcji i realizacji jako produktu [Becker 2000] czy priorytetów pedagogiki historii [Hey 1993].

Pierwsze kompleksowe badania w skali kontynentu przeprowadziła w roku 2003 Kim Meyer-Cech na grupie pięciu tematycznych szlaków austriackich, koncentrując się przy tym na aspekcie kooperacji podmiotów w ramach systemu oraz na znaczeniu szlaków dla rozwoju turystyki w regionie [Meyer-Cech 2003]. Natomiast strukturę funkcjonowania szlaków tematycznych na przykładach studiów przypadków nie-

mieckich systemów tematyzowanych na dziedzictwo industrialne poddał analizie Albrecht Steinecke [Steinecke 2007, s. 262-272]. Od strony struktury przestrzennej szlakami turystycznymi zajął się Jarosław Styperek, konstruując w znacznej mierze na podstawie ścisłych kryteriów polską terminologię dotyczącą tej grupy ofert turystycznych [Styperek 2001, 2004]. Badanie niektórych aspektów funkcjonowania polskich szlaków turystycznych, w tej liczbie wielu kulturowych przeprowadził. Andrzej Stasiak, kładąc akcent na funkcji szlaku jako produktu turystycznego [Stasiak 2006, 2007]. Wyniki badań wszystkich wyżej wspomnianych uwzględnił dla konstrukcji swojej metody badawczej Armin Mikos v. Rohrscheidt, który w roku 2010 dokonał (szerzej opisanej w innym miejscu tej pracy) analizy struktury i oferty pięciu polskich regionalnych szlaków tematycznych [Mikos v. Rohrscheidt 2010a], uwzględniając szeroko m.in. aspekty prawidłowej tematyzacji systemów, ich potencjału turystycznego oraz koordynacji i usług. Ten sam autor kontynuował niektóre obszary tych badań, rozszerzając je na inne systemy w Polsce i za granicą [Mikos v. Rohrscheidt 2011c, 2012a, 2012b], przy czym tym razem obok poziomu dostępności obiektów i oceny typów i modeli koordynacji szlaków ich przedmiotem stały się także zagadnienia prawne regulujące ich działanie. Aspekt teorii i (szeroko rozumianej) praktyki zarządzania szlakami kulturowymi jako formy zarządzania kulturą był centralnym zagadnieniem obszernej pracy Łukasza Gawła, który przedstawił w niej definicję szlaku kulturowego nawiązującą do wcześniejszych postulatów autora niniejszego opracowania i dobrze łączącą aspekty zapewnienia ochrony dziedzictwa i jego popularyzacji przez turystykę² oraz dokładnego opracowania optymalnego modelu zarządzania szlakiem, popartego szeregiem studiów przypadku odnoszących się do jego poszczególnych zakresów [Gawł 2011]. Później dokonał on także szczegółowej analizy funkcjonowania jednego z bardziej popularnych polskich szlaków tematycznych [Gawł 2012a] oraz przeprowadził analizę użyteczności koncepcji „stakeholders” (interesariuszy) w strategii zarządzania systemami tego rodzaju [Gawł 2012b].

Z kolei Marek Nowacki analizuje rolę szlaków kulturowych w interpretacji dziedzictwa oraz ich znaczenie dla rozwijania tzw. ekonomii doświadczeń, na podstawie analiz przypadków zestawiając zasady konstruowania szlaków dziedzictwa jako przestrzeni realizacji turystyki kreatywnej [Nowacki 2011]. W kilku publikacjach o charakterze monograficznym, poświęconych szlakom kulturowym lub – bardziej

² Por Gawł 2011, s. 76: „Szlak kulturowy to wytyczony i oznakowany szlak materialny, łączący obiekty i miejsca wybrane według ustalonego kryterium tematyzacji, będące unikatowym i reprezentatywnym przykładem ilustrującym szeroko pojęty dorobek kulturowy danego regionu, społeczności, grupy etnicznej, mniejszości narodowej czy narodu. Poprzez prezentację dziedzictwa materialnego szlak powinien umożliwiać poznanie i popularyzować dziedzictwo niematerialne, traktując oba te obszary jako nierozdzielalną całość”.

ogólnie – turystycznym większość zamieszczonych opracowań ma charakter opisu poszczególnych szlaków i budzi wrażenie, że ich celem była raczej promocja niż rzetelna analiza. Jednak niektóre zamieszczone tam artykuły zawierają wyniki analiz już to konkretnych systemów [Kruczek 2011, Fidyk 2011], już to aspektów tworzenia i działania szlaku kulturowego [Hajduga 2011, Studzienicki 2011, Hartenberger-Pater 2011].

Jak dotychczas nie zostało przeprowadzone ani jedno kompleksowe badanie polskiego szlaku o profilu kulturowym, które obok oferty turystycznej wszystkich obiektów oraz stopnia realizacji wymienionych wyżej elementów organizacji szlaku (kryteriów jego „materialności”) obejmowałoby także szczegółową analizę modelu i zakresu zarządzania szlakiem, stan infrastruktury turystycznej i obsługi we wszystkich miejscowościach z obiektami szlaku, dokładne określenie poziomu jego „eventyzacji”, czyli stanu oferty imprez tematycznych oraz ich struktury przestrzennej i czasowej, opinię szerszego grona zaangażowanych w działanie systemu na temat jego stanu i perspektyw jego rozwoju oraz profilu, preferencji i ocenę szlaku i jego walorów oraz poziomu oferty ze strony samych turystów jako konsumentów tej oferty.

W zarysowanym kontekście, tak z uwagi na szanse realizacji nadrzędnego celu stworzenia propozycji konfrontacji z konkretnym aspektem dziedzictwa kulturowego i wykorzystania w ramach czasu wolnego tematyzowanej oferty kulturalnej, jak i dla zapewnienia efektywnej organizacji turystyki oraz stworzenia produktu atrakcyjnego z punktu widzenia turysty, niezbędne wydaje się szczegółowe zbadanie struktury (i ewentualna modyfikacja oferty) funkcjonujących w polskiej przestrzeni turystycznej szlaków tematycznych o krajowym lub regionalnym zasięgu, tworzonych i funkcjonujących jako kanały przekazu wyraźnie zdefiniowanych treści kulturowych i jednocześnie jako systemy organizacji turystyki. Badanie takie, ze względu na wskazane powyżej cele, powinno objąć 1) poziom i uzasadnienie tematyzacji szlaków (czyli zgodności listy eksploatowanych atrakcji z deklarowanym profilem oraz zgodności oferty z autentycznymi świadectwami lub zweryfikowaną wiedzą o przedmiocie), 2) analizę stanu oferty turystycznej, w tym obiektów, imprez, usług oraz infrastruktury, 3) weryfikację modelu i zakresu zarządzania szlakami (ich koordynacji) oraz jej efektywności z punktu widzenia funkcjonowania systemu i dystrybucji oferty, a także 4) pozyskanie wiedzy na temat samych turystów korzystających z tych propozycji, w tym ustalenie ich profilu, preferencji oraz typowych zachowań. Następujące po takiej analizie korekta struktury poszczególnych systemów i przebudowa ich oferty oraz ewentualne włączenie ich w szersze programy ukierunkowane na zwiększenie uczestnictwa w kulturze, w tym edukacyjne - powinny uwzględniać wyżej wymienione pierwszorzędne cele turystyki kulturowej, bazować na wynikach

badan i wykorzystywać wszędzie tam, gdzie to możliwe skuteczne rozwiązania, sprawdzone w innych miejscach. Niniejsze opracowanie może być traktowane jako pierwszy krok w tym kierunku i ewentualnie posłużyć jako źródło podstaw teoretycznych oraz model realizacji dla kolejnych analiz podobnych systemów.

Kontekst badań i opracowania

W ciągu ostatnich lat na rozwój turystyki kulturowej w Polsce oddziałuje grupa nowych czynników, wynikających głównie z przyspieszonych przemian społecznych, z ewolucji form i treści edukacji powszechnej, jak również ze zmian w popycie turystycznym i organizacji oferty turystycznej. Zauważalny wpływ szeregu z nich na odbiór i skalę wykorzystania przez turystów oferty, a w ślad za tym także na funkcjonowanie jednego z najstarszych polskich szlaków kulturowych - Szlaku Piastowskiego, był w ostatnim czasie coraz częściej dostrzegany przez badaczy turystyki, a także przez środowiska związane z funkcjonowaniem tego szlaku. Wszystkie te czynniki, rozpoznane i zanalizowane w postaci opracowań naukowych, były następnie przedmiotem dyskusji zainteresowanych gremiów władz samorządowych i organizacji turystycznych z obszaru Szlaku Piastowskiego. Świadomość potrzeby konkretnych działań, artykułowana przez te ostatnie i sygnalizowana podczas spotkań z przedstawicielami władz regionalnych, zdecydowała o podjęciu przedsięwzięcia ukierunkowanego na daleko idącą przebudowę tego systemu organizacji turystyki. Modyfikację przestrzeni i modernizację oferty Szlaku Piastowskiego, zgodną ze standardami współczesnej turystyki kulturowej rozpoczęto z inicjatywy i pod patronatem Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego, jednocześnie zapraszając do współdziałania Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego. Dla realizacji tego celu została z dniem 20 maja 2011 powołana Rada Programowo-Naukowa ds. Szlaku Piastowskiego. Głównymi zadaniami postawionymi przed Radą były: weryfikacja i ochrona autentyczności kulturowej przestrzeni Szlaku Piastowskiego oraz opracowanie strategii dalszego rozwoju jego oferty, w tym jej modernizacji, zgodnej z trendami rozwojowymi w światowej turystyce, m.in. zdobywającymi popularność i kształtującymi aktualne standardy turystyki kulturowej postulatami „3e”: „entertainment” (rozrywka), „excitement” (ekscytacja), „education” (edukacja) [*Tourism 2020 Vision 2020*, s.28; Alejziak 2000, s.213; Mikos v. Rohrscheidt 2010, s. 352]. W składzie Rady znaleźli się naukowcy - specjaliści w zakresie historii, turystyki kulturowej i muzealnictwa, a także samorządowcy, urzędnicy z obydwu urzędów marszałkowskich i przedstawiciel organizacji spełniającej zadania koordynatora szlaku. Wśród szczegółowych zadań Rady, określonych na jej pierwszym posiedzeniu znalazły się: analiza przebiegu Szlaku Piastowskiego pod kątem autentyczności historycznej obiektów, określenie zasad i nadzór nad opra-

cowaniem dokumentacji historycznej jego obiektów, analiza organizacji ruchu turystycznego w przestrzeni szlaku, opracowanie kierunków i zakresu modernizacji oferty szlaku, ustalenie kryteriów przynależności do przestrzeni „nowego” szlaku, określenie zakresu i nadzór nad audytem turystycznym obiektów i przestrzeni szlaku, rekomendacja zmian w zakresie przestrzeni szlaku, przygotowanie dokumentów strategiczno – programowych w zakresie dalszego jego rozwoju, ochrona dziedzictwa historycznego i kulturowego szlaku, ustalenie listy działań w kierunku wzmocnienia pozycji i promocji szlaku na rynku usług turystycznych [Rada PNdsSP 2011a, s. 4-5]

W związku z deklarowanym zamiarem władz samorządowych obu województw przekształcenia Szlaku Piastowskiego do poziomu rzeczywistego, rozwiniętego produktu turystycznego typu „szlak” (czyli szlaku materialnego) za konieczne uznano przeprowadzenie najpierw szczegółowego **audytu** szlaku (obejmującego analizę potencjału turystyczno-kulturowego obiektów i nowej przestrzeni szlaku, stanu zagospodarowania turystycznego i faktycznego stanu oferty turystycznej oraz usług uzupełniających) a następnie **zbadanie profilu, preferencji i zachowań** turystycznych osób zwiedzających szlak jako całościową propozycję oraz jego poszczególne obiekty. Przygotowanie koncepcji i metodologii badań audytowych powierzono autorowi niniejszego opracowania, a ich wykonanie zespołowi przez niego kierowanemu. Wyniki badań zrealizowanych w latach 2011 i 2012 są prezentowane w niniejszej pracy. Stały się one podstawą najpierw do ustalenia aktualnego stanu Szlaku Piastowskiego, a w poszczególnych szczegółowych kwestiach – dla opracowania rekomendacji zmian w jego strukturze. Aktualnie ich częściowe wyniki, opracowane przez Autora w formie raportów, są wykorzystywane przy opracowywaniu nowej koncepcji Szlaku Piastowskiego. W niniejszej publikacji wyniki wszystkich odrębnych badań zostały zebrane w całość, uporządkowane, uzupełnione rysem historycznym badanego systemu oraz opatrzone obszernym wstępem metodologicznym. Na ich podstawie zostają także sformułowane postulaty odnoszące się do całego systemu, jak i do wybranych aspektów jego funkcjonowania, a nawet lokalnych produktów. W takiej postaci publikacja jest nie tylko szczegółowym sprawozdaniem z badań, ale może posłużyć jako swoisty podręcznik w dalszych etapach restrukturyzacji Szlaku Piastowskiego. Jej wkład do refleksji nad turystyką kulturową i jej organizacją naszym kraju może być mierzony skalą jej wykorzystania przez innych, tworzących koncepcje nowych szlaków tematycznych oraz realizujących restrukturyzacje istniejących realnych systemów tego rodzaju.

Cele opracowania

Przedkładana monografia, oparta na wynikach szeregu odrębnych badań, których przedmiotem był Szlak Piastowski, ma w założeniu autora stanowić domknięcie wspomnianej wyżej luki w zakresie realizowanych badań szlaków kulturowych.

Jej głównym zadaniem jest **przedstawienie na podstawie wieloaspektowej analizy możliwie pełnego obrazu konkretnego szlaku kulturowego, jako podstawy dla opracowania kompletnej koncepcji zarządzania dziedzictwem kulturowym**, zorganizowanym i udostępnionym w takiej formie. Obraz ten w przekonaniu autora posiada charakter całościowy, ponieważ po raz pierwszy prezentuje system zarówno 1. w aspekcie dystrybucji dóbr kulturowych: jako realizowaną w konkretnej strukturze i przestrzeni formę przekazu i popularyzacji określonego aspektu dziedzictwa kulturowego i okazję dla turysty do konfrontacji z nim, 2. od strony organizacji turystyki, jako sposób zagospodarowania turystycznego danego obszaru i zarządzania ofertą, jak wreszcie 3. od strony samego turysty, jako (bardziej lub mniej) konkurencyjną w jego ocenie ofertę spędzania czasu wolnego, której istotną cechą jest intensyfikacja uczestnictwa w kulturze porównaniu z zachowaniami codziennymi.

Dzięki uwzględnieniu wszystkich wymienionych powyżej elementów, prezentowana praca powinna także **dostarczyć wiedzę niezbędną w dalszych etapach realizacji podjętej w roku 2011 i aktualnie kontynuowanej przebudowy struktury organizacyjnej i modyfikacji oferty Szlaku Piastowskiego, a także zaproponować szereg spójnych ze sobą propozycji, przydatnych w tworzeniu nowej strategii rozwoju szlaku i konstruowaniu produktów lokalnych oraz przedstawić** - w postaci zbioru postulatów odnoszących się do poszczególnych elementów funkcjonowania szlaku lub konkretnych miejsc - **szczegółowe rozwiązania głównych problemów stwierdzonych w trakcie badania**.

Wspomniane koncepcje i rozwiązania opracowane dla jednego szlaku tematycznego mogą być następnie adaptowane do innych systemów organizacji turystyki kulturowej wszędzie tam, gdzie w istniejących warunkach będą mogły być skutecznie wdrożone i efektywnie przyczynić się do poprawy istniejącego stanu.

Przedstawiona i przyjęta jako pewien wzorzec analizy konkretnego systemu organizacji turystyki kulturowej, wprowadzający szczegółowe metody i prezentujący kryteria oraz instrumenty badawcze, niniejsza praca może posłużyć jako podstawa metodologiczna i zbiór zweryfikowanych narzędzi dla serii badań podobnych systemów w skali kraju i tym samym wnieść wkład do lepszego rozpoznania stanu tego elementu polskiej oferty turystyki kulturowej, a pośrednio przyczynić się także do jej poprawy i wzrostu jej konkurencyjności. To zaś w ostatecznym efekcie powinno pozytywnie wpłynąć na popularyzację dziedzictwa rodzimej kultury wśród samych Polaków i odwiedzających nasz kraj turystów.

Metodologia badań i pochodzenie wykorzystanych danych cząstkowych

Podstawy metodologii badania szlaku zostały opracowane z wykorzystaniem światowej literatury na temat turystyki kulturowej, w szczególności anglojęzycznych i niemieckojęzycznych publikacji uznawanych za najistotniejsze w aktualnej refleksji naukowej odnoszącej się do tej problematyki. Dotyczy to m.in. opracowań metodologii badań turystów kulturowych. Ze względu na kompleksowy charakter przedmiotu badania i konieczności zastosowania do zbierania danych w ramach poszczególnych aspektów jego funkcjonowania komplementarnych metod o różnym charakterze (w tym zarówno metod kwantytatywnych, jak i jakościwnych), autor zdecydował się na opracowanie dla potrzeb badania mieszanej metody złożonej. Zabieg łączenia metod był już stosowany w kompleksowych zagranicznych badaniach dotyczących turystyki kulturowej, natomiast novum przedkładanego opracowania jest zastosowanie opracowanej od podstaw metody wieloaspektowej analizy obszaru szlaku i powiązanie jej z analizą historycznego rozwoju systemu oraz z badaniem konsumentów jego oferty. W ramach tej metody, w odniesieniu do najobszerniejszego badania: audytu szlaku, zastosowano triangulację metodologiczną, polegającą na krzyżowym zastosowaniu różnorodnych metod do badania tego samego zjawiska. Konkretnie aspekty zbadane z użyciem tej metody zostały wskazane, a jej elementy składowe szerzej wyjaśnione w rozdziale 1, prezentującym same metody oraz model ich komplementarnego zastosowania wraz z opisem narzędzi i kryteriów stosowanych w badaniach rozmaitych aspektów funkcjonowania analizowanego szlaku.

Materiał źródłowy oraz opracowania dotyczące dziejów Szlaku Piastowskiego i zmian jego przestrzeni, w tym historyczne mapy i plany, były gromadzone od roku 2009, kiedy to autor podjął pierwsze badania tego szlaku dla celów analizy jego potencjału turystycznego. Zostały one skompletowane na początku roku 2012 na użytek niepublikowanego tekstu zaprezentowanego przez autora Radzie Programowo-Naukowej ds. Szlaku Piastowskiego, uzasadniającego potrzebę zmiany jego struktury. Ze względu na jego charakter, to opracowanie powstawało z użyciem bezpośredniej metody ustalania faktów, stosowanej w naukach historycznych, a jego dłuższe fragmenty weszły do rozdziału pierwszego niniejszej pracy. Wyniki oceny potencjału turystyczno-kulturowego Szlaku Piastowskiego, które stanowiły punkt wyjścia do krytycznej oceny stanu tematyki, dostępności obiektów, oznaczenia oraz organizacji szlaku pochodziły z badań zrealizowanych przez autora najpierw w marcu 2009 i opublikowanych w formie artykułu w czasopiśmie naukowym „Turystyka Kulturowa” oraz raportu z badań, zamieszczonego w tym samym numerze [Mikos v. Rohrscheidt A., 2009a; 2009b], a następnie z kolejnego badania, dokonanego na podstawie szczegółowo opracowanej metody badania szlaków tematycznych, które obejmowało pięć polskich szlaków, w tej liczbie Szlak Piastowski. Wy-

niki tego ostatniego badania zostały opublikowane w przytaczanej już pracy autora poświęconej regionalnym szlakom tematycznym [Mikos v. Rohrscheidt, A., 2010a].

Danych empirycznych w zakresie stanu obiektów szlaku, ich oferty turystycznej, stanu i modelu organizacji szlaku, oznaczenia tras, ofert i usług na poziomie lokalnym i na poziomie szlaku, eventów tematycznych w przestrzeni szlaku oraz infrastruktury turystycznej i komunikacyjnej dostarczył audyt Szlaku Piastowskiego, zrealizowany zgodnie z koncepcją autora niniejszej pracy i pod jego kierunkiem wiosną roku 2012. Wszystkie dane prezentowane w tym opracowaniu mają swoje źródło w zredagowanym przez autora szczegółowym raporcie z audytu [*Raport z audytu SP 2012*] i są potwierdzone za pomocą setek dokumentów sporządzonych przez członków zespołu badawczego, a odnoszących się do poszczególnych obiektów szlaku, gmin oraz odcinków tras szlaku, załączonych do tego raportu i zarchiwizowanych wraz z nim.

Dane empiryczne dotyczące turystów w obiektach szlaku pochodzą z badania turystów, zrealizowanego na podstawie koncepcji autora niniejszego opracowania i pod jego kierownictwem od kwietnia do sierpnia 2012 roku. Także one pochodzą ze szczegółowego raportu z badań, opracowanego przez autora tej pracy [*Raport z badań turystów 2012*].

Głównym źródłem danych odnoszących się do procesu tworzenia nowej koncepcji oraz przebudowy struktury i przestrzeni Szlaku Piastowskiego są osobiste obserwacje autora, który od początku jest członkiem gremium odpowiedzialnego za to przedsięwzięcie: Rady Programowo-Naukowej do spraw Szlaku Piastowskiego. Jednak dla zachowania naukowego charakteru opracowania i zapewnienia weryfikacji tych danych, wszelkie odniesienia do prac Rady i kolejnych etapów badania oraz przebudowy szlaku są udokumentowane odniesieniami do oficjalnych protokołów Rady i innych dokumentów wytworzonych przez nią oraz w związku z jej funkcjonowaniem.

Dane na temat grup rekonstrukcji historycznej i grup żywej historii, działających w przestrzeni Szlaku Piastowskiego, zawarte w jednej z części rozdziału 2 pochodzą z odrębnego badania, przeprowadzonego przez autora wiosną roku 2012, którego wyniki zostały zaprezentowane na konferencji i następnie opublikowane w opracowaniu włączonym do monografii naukowej, wydanej przez poznański AWF [Mikos v. Rohrscheidt 2012c].

Struktura pracy

Na główną część niniejszej pracy składają się cztery rozdziały:

W pierwszym z nich następuje zarysowanie szerszego kontekstu aktualnie realizowanej przebudowy przestrzeni i reorganizacji funkcjonowania Szlaku Piastow-

skiego, który tworzą m.in. zmiany w teorii i praktyce niektórych aspektów uczestnictwa w kulturze w czasie wolnym oraz problematyka samych szlaków kulturowych jako jednej z form udostępniania dziedzictwa kulturowego. Następnie ukazane są okoliczności powstania i historyczne zmiany przebiegu tras badanego szlaku oraz listy jego obiektów. Na tym tle opisane zostają okoliczności podjęcia prac nad przebudową szlaku oraz koncepcja „nowego” Szlaku Piastowskiego, stworzona przy istotnym udziale autora w latach 2011-2012, zarekomendowana i zaakceptowana lista jego obiektów i tym samym nowa przestrzeń, a poszczególne proponowane działania zostają szerzej uzasadnione. W ramach wywodu zostało przy tym szerzej zaprezentowane pojęcie przestrzeni szlaku”, wprowadzone i używane dotychczas dla celów analiz potencjału turystycznego systemów tego rodzaju. Ostatnia część rozdziału prezentuje szczegółowo metodologię badania.

Rozdział drugi stanowi szczegółowy opis i analizę stanu Szlaku Piastowskiego w jego nowej strukturze przestrzennej, oparty na wynikach szeroko zakrojonych badań audytowych, prowadzonych wiosną 2012 roku na podstawie metodologii opracowanej przez autora i pod jego kierunkiem. Szczegółowo zostaje w nim zaprezentowana koncepcja audytu, a następnie, w kolejnych podrozdziałach: obiekty szlaku (w tym ich zgodność tematyczna z profilem szlaku, stan techniczny i estetyczny, oferta turystyczna oraz poziom obsługi turystów), potencjał pozostałych atrakcji turystycznych w ich otoczeniu, stan niezbędnej infrastruktury turystycznej w przestrzeni szlaku, aktualny model, zakres i poziom koordynacji szlaku jako elementu zarządzania produktem, zakres oferty tematycznej poza obiektami i na poziomie szlaku, wreszcie dostępność komunikacyjna tras i obiektów, w tym trasy alternatywne, stanowiące podstawę do uprawiania turystyki aktywnej.

W rozdziale trzecim przedstawiony zostaje całościowy obraz dzisiejszych odbiorców oferty szlaku oraz ich opinii na jego temat. Po szczegółowym wprowadzeniu w podstawy metodologiczne i zakres badania, przeprowadzonego wiosną i latem 2012 roku we wszystkich obiektach szlaku, kolejne trzy podrozdziały prezentują profile i preferencje trzech grup osób, odwiedzających badane obiekty: turystów korzystających z oferty zwiedzania szlaku jako systemu tematycznego (a zatem turystów kulturowych zainteresowanych profilem szlaku), turystów zwiedzających pojedyncze obiekty oraz osoby odwiedzające je i zamieszkałe w najbliższej okolicy, które w myśl kryteriów Światowej Organizacji Turystyki nie mogą być uznane za turystów w sensie ścisłym.

Rozdział czwarty zestawia wnioski i postulaty, sformułowane na bazie wszystkich przeprowadzonych badań i uzasadnione przez ich wyniki. Grupuje je przy tym w swego rodzaju „manual”, który w założeniu autora powinien być przydatny przy kolejnych etapach przebudowy Szlaku Piastowskiego. Składają się na niego zarówno

wnioski natury ogólnej, przydatne przy tworzeniu koncepcji strategicznych i formułowaniu rozwiązań konkretnych problemów na poziomie szlaku, jak i wnioski i postulaty odniesione do obiektów, miejsc, ofert oraz usług, które mogą być wykorzystane dla korekty i modyfikacji przez odpowiedzialnych za same obiekty, organizatorów turystyki w skali lokalnej oraz gestorów poszczególnych usług. Rozdział zamyka autorska propozycja systemu zarządzania Szlakiem Piastowskim, dostosowana do celów, profilu i aktualnej struktury tego systemu organizacji turystyki³.

W zakończeniu pracy zostają wskazane potencjalne możliwości wykorzystania opracowania w organizacji szlaku oraz kolejne zakresy badań, których wnikliwa analiza może – zdaniem autora – przynieść korzyści dla funkcjonowania Szlaku Piastowskiego lub poszerzyć wiedzę na temat turystów kulturowych w Polsce. W obydwu przypadkach pozyskana wiedza pośrednio może przełożyć się na poprawę oferty turystyczno-kulturowej.

Wykaz wykorzystanej literatury, spis tabel i rysunków oraz spis załączników umieszczone są kolejno na końcu opracowania. Ze względu na jej obszerność (około

³ W odniesieniu do szlaku turystycznego pojęcia „system” używa się i rozumie je w jego ujęciu otwartym [Bertalanffy 1984, s. 69–72], to jest takim, w którym poszczególne tworzące go jednostki oddziałują nie tylko wzajemnie na siebie nawzajem w przyjętej strukturze organizacyjnej, ale także na otoczenie. W wypadku szlaku turystycznego oddziaływanie skierowane jest w stronę turystów jako odbiorców podejmowanych działań. Taki sposób powiązania uznawany jest za typowy dla organizacji turystyki [Nawrot, Zmysłony 2009, s. 42–46; Niemczyk 2012, s. 21–27], w tym szczególnie w skali regionalnej. Skutkiem określenia szlaku jako systemu jest zastosowanie zarówno w innych opracowaniach autora [Mikos v. Rohrscheidt 2010a], jak i w tej pracy podejście badawcze do jej przedmiotu – tematycznego szlaku turystycznego – jako szczególnego przypadku systemu turystyki w regionie, obejmującego walory turystyczne oraz podmioty zaangażowane w różnej formie i stopniu w działalność turystyczną [Nawrot, Zmysłony 2009, s. 43], którego efektem jest zaspokojenie potrzeb turystów, w tym także poznawczych [s. 45–46] jak również skutki ekonomiczne [s. 46]. Wynikająca z niego analiza systemowa obejmuje nie tylko relacje zachodzące w samym systemie (szlaku), ale i przewidywane wyniki jego funkcjonowania w stosunku do elementów zewnętrznych, czyli w tym wypadku korzystających z niego turystów. Spośród opisanych przez cytowanych badaczy funkcjonowania regionów turystycznych relacji wewnętrznych i zewnętrznych [s. 46–47] w systemie, w odniesieniu do szlaku relatywnie niewielką rolę odgrywają relacje finansowe (jako że może on w tym odniesieniu stanowić system luźno powiązanych elementów bez wzajemnych przepływów finansowych) oraz relacje administracyjne, których znaczenie ogranicza się z reguły do poszanowania porządku ogólnoprawnego, regulującego m.in. zasady bezpieczeństwa turystów lub znakowania przebiegu szlaku przy drogach. Natomiast wymienione tam relacje *transformacyjne* (polegające na przekształcaniu środowiska lub obiektów materialnych na potrzeby ich wykorzystania turystycznego), relacje *kooperacyjne* (obejmujące bieżącą współpracę w ramach systemu, wymianę informacji, wzajemne wspieranie inicjatyw w sferze turystycznej) oraz relacje *konkurencyjne* (polegające w wypadku szlaku głównie na dostosowywaniu oferty do potrzeb nabywców i – w niektórych przypadkach – działań konkurujących podmiotów w ramach szlaku-systemu) mają dla jego funkcjonowania poważne znaczenie, przy czym znaczenie dwóch ostatnich wymienionych typów relacji dodatkowo rośnie wraz ze wzrastającym poziomem organizacji szlaku [por. Mikos v. Rohrscheidt 2010a, s. 39–45 oraz s. 51–63]. System turystyczny funkcjonuje bowiem tym efektywniej i tym lepiej kreuje pożądane efekty, jeśli jego elementy są zintegrowane a rozwój jest koordynowany [National and regional... 1995, s. 6, Nawrot, Zmysłony 2009, s. 48]. Ujęcie szlaków kulturowych jako systemów uzasadnia i na jego przydatność wskazuje także Ł. Gawel [2011, s. 76–77], powołując się przy tym na analizy teoretyka zarządzania, W. Kieżuna [1997, s. 13].

1200 jednostek dokumentacyjnych) zrezygnowano przy tym z pełnej publikacji szczegółowej dokumentacji badawczej, dotyczącej organizacji systemu, obiektów i gmin w przestrzeni szlaku oraz badań turystów. Wypełnione kwestionariusze gmin, obiektów i infrastruktury lokalnej, wywiady eksperckie, plany sytuacyjne, notatki audytorów oraz dokumentacja fotograficzna zostały zarchiwizowane w postaci elektronicznej, w tej samej postaci są także wyniki ewaluacji ankiet turystów, podczas gdy same kwestionariusze tych ankiet pozostają w dyspozycji autora.

Prezentowana monografia, oprócz głównego celu naukowo-poznawczego, posiada także cel praktyczny. Obok zagadnień teoretycznych (w tym samego modelu mieszanej metody badania szlaków kulturowych) i prezentacji wyników badań zawiera ona także szerszą analizę stwierdzonych problemów wraz z propozycjami ich rozwiązań, którym towarzyszy kilka studiów przypadku (ang. *case studies*), mających nie tylko egzemplifikować prezentowane propozycje posiadające charakter ogólny, ale także wskazać sposoby ich wdrożenia. Z tego powodu książka może być przydatna nie tylko teoretykom zajmującym się szeroko pojętymi problemami zarządzania dziedzictwem kulturowym, ale i praktykom, tworzącym nowe szlaki dziedzictwa kulturowego lub planującym albo już realizującym ich restrukturyzację.

Rozdział 1

Kontekst, przedmiot i metodologia badań Szlaku Piastowskiego

Rozdział ma charakter wprowadzenia w zakres i metodologię pracy. Dlatego na jego treść obok szerszej prezentacji problematyki szlaków tematycznych w świetle ich dotychczasowej naukowej analizy (podrozdział 1.1) składa się szczegółowa charakterystyka Szlaku Piastowskiego jako systemu udostępniania dziedzictwa kulturowego, obejmująca genezę systemu i historię zmian w jego przestrzeni, omówienie dotychczasowych badań i ich rezultatów oraz uzasadnienie, opis i wyniki prac, które doprowadziły do zmiany struktury szlaku w roku 2011 (podrozdział 1.2), a następnie szerokie przedstawienie i uzasadnienie koncepcji, metod i narzędzi badawczych, opracowanych na użytek zamierzonej kompleksowej analizy systemu (podrozdział 1.3).

1.1 Szlaki tematyczne jako formy popularyzacji walorów kultury i produkty turystyczne

Wśród szlaków turystycznych, będących linearnymi systemami penetracji turystycznej⁴ coraz częściej – i to nie tylko dla celów adresowania oferty, ale także w analizach naukowych odnoszących się do organizacji turystyki, ochrony dziedzictwa i zarządzania kulturą wyodrębniany jest typ szlaków turystyczno-kulturowych⁵, które ogniskują swoją ofertę wokół walorów kulturowych lub elementów dziedzictwa kulturowego. W Europie, w tym także w naszym kraju od dawna stanowią one istotną część oferty turystyki kulturowej. Ich podstawowe zadania to: tworzenie w danej przestrzeni okazji do kontaktu z walorami⁶ kulturowymi i udostępnianie instrumentów wymiany kulturowej, budowanie tożsamości i kompetencji kulturowych mieszkańców danego obszaru przez wyróżnienie i popularyzację jego unikatowych walorów kulturowych, tematyzacja danej przestrzeni i wypraw turystycznych w niej odbywanych oraz organizowanie komplementarnej i atrakcyjnej oferty edukacyjnej koncentrującej się na różnych aspektach dziedzictwa kulturowego. Rozpatrując od

⁴ Jest to najkrótsza definicja szlaku turystycznego, przejęta przez autora z opracowania J. Styperka [2002, s.25.].

⁵ Szerzej problematykę szlaków kulturowych (w tej grupie: szlaków tematycznych), w tym kwestie definicyjne oraz znaczenia i funkcje tych linearnych systemów penetracji turystycznej prezentują: obszerne opracowanie autora [Mikos v. Rohrscheidt A., 2010a], a także praca Ł. Gawła [Gawł 2011], który definiuje je jako szlaki dziedzictwa kulturowego.

⁶ Pojęcie walorów kulturowych jest w niniejszym opracowaniu rozumiane i używane w znaczeniu tych zasobów kulturowych, które turysta spostrzega jako szczególnie wyróżniające się spośród innych. Owo wyróżnienie dokonuje się z różnych powodów i na podstawie subiektywnych kryteriów, m.in. ze względu na fakt, że zaspokajają one jego potrzeby poznawcze lub emocjonalne. Szerzej tę problematykę rozwija w swoim teoretycznym opracowaniu A. Kowalczyk [2012s.26-29].

strony odbiorcy-turysty, w wielu indywidualnych przypadkach największą wartością tych szlaków, wypływającą z ich turystycznego charakteru jest fakt, że przy wykorzystaniu ich oferty – w przeciwieństwie do instytucji edukacyjnych - spotkanie z walorami kultury i włączenie w proces edukacyjny (rozumiane nie tylko jako bierny odbiór, ale także jako zaangażowanie się turysty w proponowaną mu aktywność o tym charakterze) jest niewymuszone. Dokonuje się ono bowiem poza restrykcyjnym systemem edukacji szkolnej, za to w czasie wolnym odwiedzających i w miejscach przez nich wybranych na jego spędzenie, co w subiektywnej ocenie wielu turystów zwiększa jego atrakcyjność. Szlaki kulturowe - jak wszystkie inne linearne systemy penetracji turystycznej - spełniają jednak także istotne zadania natury logistycznej i ekonomicznej: mianowicie deglomerują i jednocześnie kanalizują ruch turystyczny, co jest korzystne z punktu widzenia odwiedzanych miejscowości i regionów. Z jednej strony dzięki eksploatacji szlaku popyt turystyczny (i zysk ze świadczonych usług) pojawia się w miejscach położonych poza najważniejszymi ośrodkami miejskimi, natomiast z drugiej - ruch turystyczny poprowadzony zostaje trasami, gdzie nie koliduje on z codziennym ruchem ludzi i towarów, służącym funkcjonowaniu odnośnego obszaru. Dobrze koordynowane szlaki tematyczne konsolidują także atrakcyjną ofertę, zespalają poszczególnych usługodawców w tworzeniu produktów złożonych, jak gotowe programy wycieczek po szlaku i (coraz bardziej ostatnio pożądane) lokalne i tematyczne pakiety indywidualne [Mikos v. Rohrscheidt 2010a, s. 31-45].

1.1.1. Szlaki tematyczne jako sposób udostępniania dziedzictwa i organizacji uczestnictwa w kulturze

W sytuacji funkcjonowania różnych, często rozbieżnych definicji dziedzictwa, autor rozumie ten termin w zgodzie propozycją R. Hewisona, który określa je jako "to, co miniona generacja ocaliła i przekazała współczesności i co znacząca grupa w (dzisiejszej) populacji pragnie przekazać przyszłości" [Hewison 1989, s. 16⁷].

Jako uzupełniającą można przyjąć także dynamiczną definicję dziedzictwa jako formy kapitału kulturowego i sposobu łączenia ludzi ze sobą i środowiskiem [Harrison 2010, Nowacki 2012a, s.48]⁸. Pośrednio z obu tych definicji wynika, że promocja

⁷ W oryginalnym brzmieniu: „*that which a past generation has preserved and handed on to the present and which a significant group of population wishes to hand on to the future*”. Warto zauważyć, że definicja ta ma szerszy zakres niż te ujmujące dziedzictwo kulturowe uznane za takie formalnie i – nie będąc kategorią prawną - odwołuje się raczej do kategorii wartości podzielanych przez społeczność.

⁸ W przytoczonej analizie M. Nowackiego [2012a, s. 42-44], której przedmiotem jest konfrontacja dwóch koncepcji dziedzictwa: tzw. dziedzictwa autoryzowanego (która przedstawia je jako kompletne, niedotykalne i „zamknięte”, materializujące się m.in. w zabytkach) i dziedzictwa rozumianego jako proces kulturowy i społeczny, autor przytaczając liczne prace teoretyków dziedzictwa uzasadnia tę drugą koncepcję w przekonujący sposób. Jak pokazują przytoczone przez niego analizy - także dzie-

dziedzictwa, a tym bardziej podejmowanie przedsięwzięć natury organizacyjnej na rzecz jego udostępniania (jak m.in. kreacja szlaków kulturowych) są formami działań społecznych. Jeśli bowiem nawet nie zawsze wprost - w sferze koncepcyjnych założeń - są one ukierunkowane na zwiększenie tego kapitału, to skutkują takim wzrostem u adresatów / konsumentów swojej oferty, wykorzystującej świadectwa dziedzictwa. Dlatego - z punktu widzenia głównej kulturotwórczej funkcji szlaków kulturowych (tu rozumianej jako budowanie lub powiększanie kapitału kulturowego) - zarówno jako (zdefiniowanej) przestrzeni i jednocześnie instrumentu dystrybucji wartości kulturowych z jednej strony, jak i (zaproporowanej turyście) przestrzeni i jednocześnie (uświadomionej mu) możliwości udziału w kulturze z drugiej - punktem wyjścia dla określenia zadań szlaku powinna być refleksja nad rolą tego kapitału w życiu jednostek i społeczeństw, w tym również zrozumienie procesów jego reprodukcji w ramach powszechnie funkcjonujących struktur edukacyjnych i obecnych w nich mechanizmów utrwalania nierówności [Bourdieu, Passeron 1990, s. 30, s.71nn; 188n]. Wydaje się, że powszechne wykorzystanie oferty szlaków przez masowego turystę mogłoby - przynajmniej w pewnym stopniu - niwelować negatywne efekty działania takich mechanizmów⁹ już na etapie powszechnej edukacji, a jednocześnie – dzięki zwiedzaniu różnych szlaków przez osoby znajdujące się (już) poza procesem edukacyjnym – z czasem przyczyniać się do różnicowania owego kapitału niejako „w poprzek” obowiązujących zakresów i standardów narzucanych w państwowych instytucjach edukacyjnych oraz niezależnie od formalnego poziomu (a także rzeczywistej jakości) otrzymanego wykształcenia¹⁰. Wszystko to oczywiście możliwe jest tylko pod warunkiem właściwego przygotowania i szerokiej populary-

dzictwo „kanoniczne” uznawane w tej pierwszej koncepcji jako stała wartość jest raczej „polityczną i niekoniecznie spójną praktyką realizowaną poprzez kulturowe działania w teraźniejszości” [za: L. Smith 2006, s. 47]. Jest ono zatem przetwarzane i rozwijane, np. jako element w kreacji określonej wizji narodu [s. 47]. Jednocześnie – przyłączając się do R. Hewisona [1987] Nowacki krytycznie analizuje rozwój „przemysłu dziedzictwa”, ukazując jego symptomy w polskiej ofercie uczestnictwa w kulturze [s. 44-47].

⁹ Uwzględniając trudność ściślejszego określenia stopnia, w jakim czynniki społeczne (w tym analizowana przez P. Bordieu identyfikacja klasowo-warstwowa), determinują kulturalne wybory jednostki, a także dostrzegane przez antropologów kultury zmiany dokonujące się w tym zakresie należy przyjąć, że stopniowo zyskuje na znaczeniu identyfikacja kulturalna oparta na indywidualnych wyborach zakresu i poziomu uczestnictwa w kulturze. Dostrzegana przez badaczy autonomizacja aktywności kulturalnej względem usytuowania jednostki w strukturze społecznej wynika między innymi z możliwości dostępu do oferty kulturalnej nie ograniczanej do instytucji, lecz pozwalającej na indywidualne wybory treści kultury, bardziej zależne od mobilności społecznej i sytuacji materialnej [por. Burszta 2009, s. 8]. W tym kontekście jeszcze istotniejsza wydaje się rola tematycznych szlaków kulturowych, funkcjonujących obok rozmaitych instytucji i niezależnie od nich, łączących elementy ich oferty i pozostawiających odbiorcy ostateczny wybór miejsc, a także treści i sposobów korzystania z niej.

¹⁰ To ostatnie stwierdzenie wydaje się powoli nabierać kluczowego znaczenia, w kontekście mizernego efektu edukacji średniej, a ostatnio także akademickiej, potwierdzanego coraz liczniejszymi badaniami, a w naszym kraju krytykowanego przez przedstawicieli nauki w dyskursie publicznym.

zacji tej oferty. W świetle wspomnianej dynamicznej koncepcji dziedzictwa w jego tworzeniu uczestniczą także ludzie aktywnie wykorzystujący je w celu tworzenia znaczeń w teraźniejszości i budowania wzajemnych więzi z miejscami, obiektami i rzeczami [Smith 2006, s. 2; Nowacki 2012a, s.48]. Z pewnością da się odnaleźć takich ludzi wśród inicjatorów i twórców koncepcji licznych szlaków kulturowych, nie wyłączając rzecz jasna Szlaku Piastowskiego.

Badacze problematyki uczestnictwa w kulturze¹¹ wyróżniają na podstawie badań empirycznych jego cztery zasadnicze układy, różnicowane przez charakter kontaktu i więzi społecznych [Kłoskowska 1981, s. 174-214]. Ostatni z nich, określany jako „zamiejscowy układ kultury” obejmuje wszelkie kontakty z wytworami kultury, realizowane poza terytorium zamieszkania i pracy. W jego ramach uczestnictwo realizuje się w pierwszym rzędzie przez odwiedzanie miejsc koncentracji oferty kulturalnej, ale także w turystyce realizowanej w celach kulturalnych, obejmującej między innymi uczestnictwo w imprezach kulturalnych i zwiedzanie zabytków [Golka 2008, s. 133]. Konfrontując te analizy z typami i celami wypraw organizowanych i podejmowanych w ramach różnorodnych form współczesnej turystyki kulturowej [Mikos v. Rohrscheidt 2010b, s. 66-197] oraz z typowymi walorami, zasadami organizacji i ofertą istniejących o zbadanych szlaków kulturowych [Mikos v. Rohrscheidt 2010aa, s. 31-33, 36-39, 175-312] należy stwierdzić, że szlaki kulturowe jako szczególny typ organizacji oferty turystyki kulturowej bez wątpienia pełnią funkcje instrumentów umożliwiających efektywne uczestnictwo w kulturze (w jego układzie zamiejscowym, a częściowo także instytucjonalnym), nie tylko umożliwiając dostęp do materialnych zasobów, ale także organizując owo uczestnictwo w danej przestrzeni. Z punktu widzenia zróżnicowania uczestnictwa w kulturze [Golka 2008, s. 134-135], fakt eksploatawania przez turystę szlaku kulturowego powoduje wzrost częstotliwości i intensywności jego kontaktów z dobrami kultury (skoncentrowanymi w ofercie szlaku), wprowadza do jego konfrontacji z walorami kultury element planowości i systematyczności (wiążący się z realizacją podróży zgodnie z zaproponowaną wiodącą ideą - tematem szlaku), a także zwiększa stopień jego orientacji w zasobach i umiejętność ich selekcji, uzasadnionej i ułatwionej tematyzacją szlaku (dokonaną uprzednio przez kreatora oferty na podstawie m.in. analiz historyków i kulturoznawców).

¹¹ To złożone zjawisko, stanowiące szerszy kontekst turystyki kulturowej autor rozumie w zgodzie z definicją jego teoretyka, A. Tyszki, która opisuje je następująco: „uczestnictwo w kulturze to wszelki kontakt człowieka z wytworami kultury oraz zachowaniami kulturowymi, a tym samym bezpośredni lub pośredni kontakt z innymi ludźmi. Kontakt ten polega na używaniu wytworów kultury, na przyswajaniu i odtwarzaniu tkwiących w nich wartości, na podleganiu obowiązującym w kulturze wzorom, ale także na tworzeniu nowych jej wytwórców i wartości oraz zachowań.” [Tyszka, 1971, s.54].

Ostatnie lata przyniosły wzrost zainteresowania znaczeniem szlaków kulturowych dla udostępniania dziedzictwa kulturowego, jego ochrony oraz umożliwiania uczestnictwa w kulturze przez konfrontację z jej zasobami. W dokumentach międzynarodowych instytucji zajmujących się tym dziedzictwem szlaki dziedzictwa kulturowego zostają nie tylko ściśle zdefiniowane [ICOMOS, 2003, *Annual Meeting Report*]¹² ale i równoprawnie z historycznymi miejscowościami, krajobrazami kulturowymi i historycznymi kanałami uznane za naturalnych kandydatów do wpisu na najbardziej prestiżowe listy, jak Lista Światowego Dziedzictwa Kulturalnego i Naturalnego UNESCO [*Operational Guidelines*, 2005, s. 34, 83; 88-89]. Fakt zaliczenia niektórych szlaków łączących najcenniejsze walory (a jednocześnie będących przecież ofertami turystycznymi) jako osobnej kategorii do formalnie uznanego dziedzictwa całej ludzkości należy interpretować jako uznanie ich za pożądane i zalecane cele także dla turystyki kulturowej. Z kolei w oficjalnych dokumentach instytucji i organizacji europejskich pojawiła się odrębna kategoria Europejskich Szlaków Kulturowych. Zadaniem tej grupy wyodrębnionych systemów ma być ukazywanie, poprzez koncepcję podróży w czasie i przestrzeni, jak dziedzictwo poszczególnych państw Europy współtworzy wspólne dziedzictwo całego kontynentu, a jednocześnie popularyzowanie przez turystykę kulturową jako szczególnie wspierany sposób spędzania czasu wolnego podstawowych wartości: praw człowieka, demokracji, różnorodności kulturowej i dialogu międzykulturowego¹³. Istotnymi kryteriami wpisu tematycznego systemu zwiedzania na tę listę są: stwierdzenie jego reprezentatywności w odniesieniu do kulturowych wartości ogólnoeuropejskich lub przynajmniej grupy krajów oraz uzasadnienie na podstawie badań i zgodnej opinii ekspertów z różnych dziedzin nauki i różnych regionów Europy - co należy uznać za najdalej idące wymaganie odnośnie poziomu tematyzacji szlaku w skali globalnej¹⁴.

Jednak turystyka kulturowa nie ogranicza się do miejsc i szlaków uznanych za wspólne dziedzictwo świata albo kontynentu, lecz wykorzystuje także coraz szerzej szlaki o krajowym, regionalnym i lokalnym zasięgu terytorialnym, eksploatujące jako cele wycieczek wątki i zespoły walorów dziedzictwa narodowego, regionalnego i lokalnego, w tym zarówno te powstałe w sposób naturalny z biegiem historii poli-

¹² Szerzej na ten temat por. Mikos v. Rohrscheidt 2010a, s. 26-27

¹³ Jakkolwiek ideę europejskich szlaków kulturowych uważa się za w istocie polityczną, służącą wykorzystaniu turystyki jako narzędzia autorytetu i popularyzacji prawodawstwa Rady Europy, to jednak nawet krytycy takiego instrumentalnego podejścia do turystyki kulturowej doceniają ich znaczenie nie tylko dla włączania wartości „europejskich” w publiczną świadomość, ale także dla upowszechniania innych niż dotychczasowe, „kanoniczne” interpretacji historii i poszczególnych aspektów wspólnego dziedzictwa. Szerzej na ten temat por. Piekarska-Dubaj 2012, s.81-83.

¹⁴ Szerzej na temat Europejskich Szlaków Kulturowych, wraz z przywołaniem odnośnych dokumentów i opracowań badaczy turystyki kulturowej oraz kryteriami wpisu na listę: Mikos v. Rohrscheidt 2010a s. 27-28. Pełną listę ESK podaje Ł. Gawęł [2011, s. 231].

tycznej, społecznej lub gospodarczej oraz z kolejnymi etapami rozwoju kulturalnego, jak i te skonstruowane współcześnie jako propozycje tematycznych wypraw po danym kraju lub regionie, albo wprost wykreowane jako produkty turystyczne [Mikos v. Rohrscheidt 2010a, s. 28-31]. Wspólną cechą tych systemów i kryterium ich określenia jako szlaków kulturowych jest koncentracja przebiegu (lub oferty) wokół wiodącego tematu z zakresu szeroko pojętej kultury. W ten sposób rozproszone na znacznym nierzadko obszarze jednorodne lub nadające się do powiązania według kryteriów tematycznych elementy dziedzictwa lub inne zasoby kulturowe zostają nie tylko wyodrębnione, ale też - za pomocą rozmaitych zabiegów natury organizacyjnej - w zespolone w bardziej lub mniej spójny produkt turystyczny. W większości przypadków tematyka szlaków tego rodzaju koncentruje się wokół wydarzeń, postaci lub procesów historycznych, albo typów obiektów, wydarzeń lub produktów, stanowiących dziedzictwo różnych aspektów kultury dawnej albo świadectwo funkcjonowania kultury w dzisiejszym społeczeństwie. W polskiej terminologii fachowej określa się je mianem szlaku tematycznego [Stasiak 2006, s. 29-33; 2007, s. 48; Steinecke 2007, s.34nn; Mikos v. Rohrscheidt 2010a, 2012a], szlaku kulturowego [Gotowt-Jeziorska 1996, s. 239; Kuleczka 2007, s. 35; Buczkowska 2008, s. 40; Wyszowska 2009, s. 415] oraz - dla odróżnienia od tworzących zamkniętą listę Szlaków Kulturowych Rady Europy - szlaku turystyczno-kulturowego [Mikos v. Rohrscheidt 2008a, s. 291nn; 2010a, 2012b; Fidyk 2011]. Najkrócej definiując, w tym szerszym rozumieniu „szlak kulturowy to szlak tematyczny, posiadający jako swój punkt ogniskujący walor kulturowy lub element dziedzictwa kulturowego, przy czym kluczową rolę odgrywają w nim atrakcje o charakterze kulturowym” [Puczek, Ratz 2007, s. 133]. Dzięki funkcjonowaniu sieci (lepiej lub gorzej rozwiniętych jako produkty turystyczne) szlaków turystyczno-kulturowych idea „wymiany” międzykulturowej, akcentowanej przez instytucje europejskie jest uzupełniana o aspekty poznawania partykularnego (narodowego i regionalnego) dziedzictwa kulturowego, w tym historycznego, dla turysty krajowego stanowiącego własne dziedzictwo oraz o tematyzowaną edukację kulturową.

1.1.2. Szlaki tematyczne jako przestrzeń edukacji pozaszkolnej

Koncepcje edukacji kulturowej (wielokulturowej?) i priorytety, artykułowane w dyskusjach jej teoretyków [Melosik 2007, s.193-204] stoją współcześnie we wzajemnej opozycji: z jednej strony stawia się jej za cel realizację uniwersalnej „natury człowieka”, niezależnej od kolektywnych tożsamości rasowych lub etnicznych, z drugiej natomiast zaprzecza się możliwości jej urzeczywistnienia właśnie na podstawie nierozzerwalnych związków człowieka z jego daną mu etnicznością, płcią a w pewnym stopniu także religią i innymi wyróżnikami [Melosik 2007, s. 193-194]. Wydaje się

jednak, że – jeśli zaakceptować różnice rasowe, etniczne i religijne (a także płciowe i inne), przy jednoczesnym ukierunkowaniu edukacji na kształtowanie zdolności empatii z etnicznie, rasowo czy religijnie Innymi przez przekroczenie własnego etnocentryzmu [Kanpol 1992, s. 220-222] - to edukacja zmierzająca do ukształtowania „zdrowej” tożsamości narodowej i regionalnej jest nie tylko możliwa, ale i pożądana. W formie pozaszkolnej (a zatem niewymuszonej i przez to chętniej akceptowanej) może się ona dokonywać w ramach aktywności turystyczno-kulturowej. Nie dziwi więc, że w grupie narzędzi konkretyzacji zabiegów edukacyjnych teoretycy edukacji wymieniają „krajoznawstwo szkolne” [Grad, Kaczmarek 2005, s. 179, 183]¹⁵. Wydaje się, że przynajmniej niektóre szlaki tematyczne, których struktura i przebieg bazują na zasobach dziedzictwa kulturowego albo na świadectwach historycznych, dotyczących danej epoki lub wydarzeń, mają podstawy, by stać się optymalnymi propozycjami zarówno dla szkolnych wycieczek, jak i dla modelowych przedstawicieli „nowego” społeczeństwa - osób zdolnych do tworzenia własnych rozumień i znaczeń oraz otwartych na edukację przez całe życie [Hein 2010, s. 77-80]. W przypadku tych szlaków podstawa jest dana przez ściśle określony profil, bazujący na materialnych reliktach dziedzictwa o fundamentalnym często znaczeniu dla rodzimej tożsamości kulturowej, natomiast warunki wspomnianej „optymalizacji” muszą dopiero zostać spełnione, jeśli system ma osiągnąć wystarczającą efektywność. Tę ostatnią da się mierzyć w pierwszym rzędzie powodzeniem wśród odbiorców (a więc liczbą korzystających z oferty i ich satysfakcją), a w następnej kolejności - skalą efektu edukacyjnego, którego kryteria można określać z uwzględnieniem różnych czynników, w zależności od teoretycznych założeń.

Dla prawidłowej konstrukcji zarówno całościowej oferty danego szlaku, jak i jego poszczególnych obiektów, modułów usług czy imprez tematycznych niezbędne jest uwzględnienie wyników przynajmniej najważniejszych analiz, dotyczących nowoczesnej edukacji (m.in. muzealnej). Powinny one posłużyć jako teoretyczne uzasadnienie przebudowy elementów oferty szlaku oraz być traktowane jako nadrzędne zasady przy jego tworzeniu - jako złożonego produktu. Tylko w ten sposób można

¹⁵ Użycie terminu „krajoznawstwo” w kontekście turystyki kulturowej i jej propozycji nie jest przypadkowe. Związki między obydwoma fenomenami są bardzo ściśle i ich zakresy pokrywają się w poważnej części, jednakże nie należy ich utożsamiać, tym bardziej w kontekście niejednoznaczności zakresu określenia „krajoznawstwo”. Z jednej strony niektóre formy turystyki kulturowej są znacznie starsze niż jakkolwiek definiowane krajoznawstwo (vide: fenomen pielgrzymowania), z drugiej aktywności turystyczne w ramach krajoznawstwa mają szerszą listę celów, obejmując m.in. obszary i obiekty cenne przyrodniczo [Suprewicz 2005, s. 158-159]. Z kolei uczestnicy krajoznawstwa, rozumianego jako ruch społeczny ukierunkowany na poznawanie własnego kraju [Zgólkowa 1998, t.17., s.456] mogą nie uwzględniać walorów turystycznych krajów innych niż własny. Jeśli wreszcie rozumieć krajoznawstwo jako ruch powiązany z ideami narodowymi i ruchami patriotycznymi, natomiast odcinający się od aspektu komercyjnego, to można dość wyraźnie wskazać moment jego (stosunkowo późnych) narodzin w poszczególnych krajach. Szerzej na ten temat por. [Mikos v. Rohrscheidt 2008a, s. 34-37].

uniknąć stale grożącego ryzyka, iż w końcowym efekcie nowy lub przebudowany system stałby się rodzajem „wydmuszki” - kolejnej propozycji o charakterze wyłącznie rekreacyjnym, używającej nośnego tematu wyłącznie jako „opakowania” efektywnego z punktu widzenia promocji. Bardzo szybko zostałyby także zauważone przez odbiorców i „ukarane” spadkiem zainteresowania, jeśli w nowej strukturze organizacyjnej nadal funkcjonowałyby stare i nieefektywne formy przekazu, lub - co gorsza - treści odbijające dawno odrzucone postulaty „słusznej” ideologii, kanonicznej interpretacji wydarzeń, procesów, dzieł czy postaw ludzkich albo - ostatnio coraz częściej kontestowanej także w Polsce - „jedynej poprawnej” narracji historycznej. Zagadnieniem kluczowym z punktu widzenia zarówno użyteczności szlaków kulturowych w procesie „uzupełniania” kapitału kulturowego zwiedzających, jak również ich efektywności edukacyjnej jest rzetelna analiza problematyki interpretacji rzeczywistości w ramach oferty tych systemów. Za oczywiste i wielokrotnie zweryfikowane należy uznać tezy klasyków interpretacji dziedzictwa [Tilden 1977, szczególnie s. 68-77] i teoretyków interpretacji w przestrzeni muzealnej [Jacobi, Meunier 2010], w odniesieniu do grupy szlaków o profilu historycznym (do których należy także analizowany tutaj system), a to z uwagi na głównie instrumentalną (dystrybutywną) funkcję szlaków w procesie przekazu i recepcji wartości oraz na dominujący typ wystaw w ramach ich oferty. W konsekwencji, tworząc lub modyfikując treści i formy przekazu w obiektach należy skupić się przede wszystkim na problemie narracji (zarówno dziejów, jak i dziedzictwa), ujmowanej także przez jej teoretyków jako narracyjna konstrukcja rzeczywistości [Bruner 2006, s. 181-208]. Odsyłając w kwestiach szczegółowych do rzetelnie przygotowanych szerszych opracowań [White 2000, s. 135-170; Nieszczerowska 2009] ograniczymy się w tym miejscu do kilku fundamentalnych kwestii.

W dzisiejszym (także polskim) społeczeństwie, którego członkowie - obok wciąż na nowo i zawsze nieco inaczej uświadamianej tożsamości - nareszcie odkrywają także swoją różnorodność i coraz chętniej sięgają po jej historyczne i kulturowe uzasadnienia - u podstaw tworzenia wszelkich szczegółowych narracji musi się znaleźć świadomość faktu, że 1. w jednym miejscu istnieje wielość możliwych „dziedzictw” i odpowiednio - możliwych narracji [Podemski 2008, s. 14] oraz że 2. także żadna odrębna opowieść nie ma jedynej, niepowtarzalnej interpretacji, a jej domniemane znaczenia są wielorakie. Ta świadomość stanowi podstawę zasady hermeneutycznej kompozycji [Bruner 2006, s.191], zmusza ona organizatorów struktur szlaku i autorów programów wypraw w jego przestrzeni, twórców wystaw i scenariuszy eventów tematycznych do nieustającej refleksji nad własnymi „produktami” i ich uzupełniania o kolejne (opcjonalne) wersje, wprowadzające następne wątki lub zawierające alter-

natywne interpretacje¹⁶. Z drugiej strony jej uwzględnianie w kreacji oferty nie tylko 1) zapewnia zróżnicowane, a więc bliższe integralnemu ujęciu prezentowanej rzeczywistości (niemożliwemu do zrealizowania, jednak traktowanemu jako idealny), 2) umożliwia lepsze zrozumienie przez odbiorcę procesów historycznych i kontekstu kulturowej konfrontacji oraz wymiany wartości, lecz również 3) zwraca uwagę tego ostatniego na pluralizm postaw społecznych, a ponadto 4) czyni prezentację bardziej rozbudowaną¹⁷, a przez to atrakcyjniejszą dla liczniejszej grupy ludzi.

Wystawy muzealne w obiektach szlaku tematycznego o profilu historycznym, z definicji - jeśli nawet zaleconym powyżej wielogłosem – „opowiadającego” konkretną historię, powinny być urządzone w konwencji tego typu muzeów, który teoretycy – w odróżnieniu od innych¹⁸ określają jako muzea narracyjne lub tematyczne [Nieszczerowska 2009, s. 181-182; Niezabitowski 2011¹⁹].

W kontekście teorii edukacyjnych, ale także rozpoznania potrzeb i oczekiwań zwiedzających turystów, od takich muzeów oczekuje się w pierwszym rzędzie wielości narracji, w tym nawet tych realizowanych wprost w konwencji narracji umyślnie rozbitej [Message 2006, s.27], oraz z zastosowaniem atrakcyjnych dla odbiorcy instrumentów przekazu, w tym angażujących różne zmysły odbiorcy [Nieszczerowska 2009, s.185], zapraszających do realizacji zadań i oferujących związaną z tym satys-

¹⁶ W przypadku szlaków o profilu historycznym i obiektów o takim charakterze mogą to być np. dotychczas nieuwzględniane aspekty ekonomiczne konkretnych przedsięwzięć, jak budowa grodu czy przeniesienie siedziby władcy lub długofalowe skutki społeczne pewnych procesów, jak założenie albo likwidacja klasztoru, lub też interpretacja wydarzenia historycznego z punktu widzenia konkretnego uczestnika, np. szeregowego wojownika, członka prześladowanej mniejszości albo przeciwnika wprowadzanej zmiany społecznej czy politycznej.

¹⁷ Oczywiście nie musi to oznaczać konieczności korzystania przez wszystkich zwiedzających z całej prezentacji (i narracji). Interaktywne zwiedzanie z użyciem nowoczesnych technologii prezentacyjnych może zawierać szereg opcji do wyboru, o których wykorzystaniu decyduje zwiedzający lub przewodnik.

¹⁸ Klasyczny typ nowożytnych muzeów bywa określany jako adresowane do elitarnego odbiorcy świątynie sztuki, skarbnice dorobku kulturalnego czy - nieco skromniej - przestrzenie gromadzenia wartościowych zbiorów albo ich „składnice” [Hein 2010, s.64-65; Nieszczerowska 2009, s. 189]. Odróżnia się od niego z kolei typy muzeów przeznaczonych dla masowego odbiorcy, wśród których są muzea powołane i działające na rzecz konkretnej (lokalnej) społeczności, współtworzące jej przestrzeń kulturalną i ponoszące społeczną odpowiedzialność [Hein s. 64n, 74n; Becker, Höcklin 2000, s. 307-308], które niektórzy nazywają wprost muzeami społecznymi [Leśniewski 2009 s.17-21] oraz powstające od ostatnich lat XX wieku muzea – „handlowe centra kultury” mające dostarczać nie tyle wiedzy, co przeżyć i stanowiące w pierwszym rzędzie przestrzeń „widowisk, wrażeń, montażu i iluzji” [Featherstone 1996, s. 312]. Muzea edukacyjne, wśród których znaczną część stanowią muzea narracyjne, są uważane za kolejny, odrębny typ instytucji, także ukierunkowany na masowego odbiorcę.

¹⁹ Michał Niezabitowski, wymieniając muzeum narracyjne (obok klasycznego - defensywnego, multimedialnego, instalacyjnego i edukacyjnego) jako jeden z podstawowych typów współcześnie tworzonych muzeów, przypisuje mu wysoki stopień skuteczności edukacyjnej przy jednoczesnym respektowaniu fenomenu zabytku i określa je jako „nową jakość w świecie kulturowego poznania i w procesie budowania tożsamości”. W kontekście tej opinii wystawy o charakterze narracyjnym wydają się być szczególnie predestynowane do spełniania roli interpretacyjnej w spotkaniu z dziedzictwem historycznym.

fakcję [Gądecki 2004, s.148] - czyli tworzących możliwość interaktywnego zwiedzania wystaw i pobudzających aktywność odwiedzającego.

Ekspozycje - w przypadku szlaków historycznych oparte na poświadczonych historycznie faktach i procesach - urządzone jako przestrzenie i projekty narracyjne, powinny być organizowane z poszanowaniem wspomnianej zasady hermeneutycznej kompozycji. Potwierdzona historyczność faktów czy obiektów nie musi wykluczać wielości interpretacji. Oprócz postulowanego wyżej włączenia narracji alternatywnych, ową pożądaną wielość można uzyskać przez zastosowanie tekstów „pisalnych” czyli wprowadzenie możliwości rzeczywistej interakcji ze zwiedzającym, który dołącza własną interpretację do tych otrzymanych, stając się tym samym kolejnym interpretatorem przekazu [Bruner 2006, s. 193]. Takie rozwiązanie wprowadzi do tego segmentu propozycji szlaku element kreatywności zwiedzającego, postulowany w pracach badaczy turystyki kulturowej, a przez niektórych ujmowany nawet jako główna szansa rozwoju turystyki kulturowej i jej szlaków w najbliższej przyszłości [Nowacki 2011, s. 16-21]. W przypadku miejsc historycznych i ekspozycji „opowiadających” tzw. wielką historię, a zatem abstrahujących od konkretnych bohaterów lub co najwyżej prezentujących w tej roli władców i innych historycznych liderów, włączenie indywidualnej interpretacji może z powodzeniem zastąpić alternatywne narracje, jednocześnie spełniając ich rolę, czyli kreując osobisty związek zwiedzającego z tematem i miejscem.

Określenie „nowoczesna” użyte dla opisu wystawy oznacza nie tylko, że jest ona urządzona z wykorzystaniem najnowszych osiągnięć technologicznych w dziedzinie przekazu i wizualizacji, ale także, że wychodzi naprzeciw potrzebom (albo co najmniej przyzwyczajeniom) współczesnego konsumenta, oczekującego w treści wystawy przekrojowego powiązania jej tematyki i poszczególnych wątków z innymi aspektami życia i funkcjonowania jej bohaterów i prezentowanych społeczności, wyraźnie wyartykułowanych odniesień do czasów najnowszych (np. w postaci skutków wydarzeń, w tym ich wpływu na współczesną przestrzeń i tożsamość kulturową), nierzadko głębszego tła historyczno-społecznego (niektórzy zwiedzający) oraz znacznego stopnia interaktywności w wykonaniu, umożliwiającego samodzielne korzystanie, możliwości samodzielnej i indywidualnej eksploracji tematu czy doświadczenia eksponatu, wreszcie wieloźródłowej, a nie tylko jedynie obowiązującej interpretacji oraz narracji prezentowanej historii (czy tematyki). Od niemal dwóch dziesiątków lat w krajach z dobrze rozwiniętą ofertą turystyczną, a od szeregu lat także w naszym kraju podstawowym sposobem konkurencyjnej walki toczzonej przez klasyczne muzea z parkami tematycznymi i centrami rozrywki jest organizacja nowoczesnych w formie wystaw (multimedialnych, interaktywnych), zawierających stałe (oferowane w trakcie każdego zwiedzania) mikroeventy jak projekcje

czy inscenizacje, posiadających kioski multimedialne, umożliwiające bardziej zainteresowanemu zwiedzającemu fakultatywne zapoznanie z wybranym wątkiem ekspozycji [Steinecke 2011, s. 20-23; 25-29]. Stawką w tej walce jest uwaga, czas i pieniądze turystów, a w perspektywie długoterminowej: utrwalenie profilu turysty, który można określić jako typ turysty muzealnego (w Polsce z różnych powodów nadal bardzo rzadkiego). Ekspozycje tematyczne są ponadto - obok zabytków i lekcji / warsztatów - jedną z trzech podstawowych form, w jakich realizuje się oferta edukacyjna. Taki właśnie typ oferty kieruje się aktualnie do najliczniejszej grupy odbiorców Szlaku Piastowskiego.

Postulat modernizacji edukacyjnej oferty szlaków w powiązaniu z wprowadzeniem elementu przeżyciowego do jego obiektów i wystaw jest szeroko opisywany i uzasadniany przez teoretyków turystyki kulturowej [Heinze 2002, s. 120-123]. Uznają oni przy tym turystykę „przeżyciową” za rozszerzenie oferty klasycznych kulturowych wypraw ku autentycznym reliktom dziedzictwa kulturowego i uważają ją za naturalną konsekwencję rozpowszechnionej „pedagogiki przeżyciowej” (Erlebnispädagogik) oraz istotny element zagospodarowywania czasu wolnego współczesnego, zorientowanego na konsumpcję przeżyć społeczeństwa (Erlebnisgesellschaft).

Omawiając edukacyjną funkcję szlaku tematycznego należy także wspomnieć potencjalną wartość systemów o profilu historycznym dla realizacji celów tzw. polityki historycznej, przynajmniej tej rozumianej jako seria projektów służących kultywowaniu tradycji, kultury i dziedzictwa narodowego²⁰. Z punktu widzenia jej założeń edukacyjnych są one gotowymi projektami multisensorycznej lekcji historii w terenie, czy też konspektami rozpisanymi na miejsca, obiekty i konkretne „role”, na przykład bohaterów narodowych dziejów „przemawiających” w ramach tematycznych wystaw. Ze względu na swój profil tematyczny, odnoszący się do początków państwowości polskiej oraz na listę obiektów, obejmującą najważniejsze miejsca związane z wydarzeniami tego okresu, w grupie szlaków tworzących ową idealną przestrzeń dla realizacji celów edukacyjnych - ale i dla wspomagania kształtowania tożsamości kulturowej - na poczesnym miejscu znajduje się Szlak Piastowski.

²⁰ Jeśli przyjąć tezę, że we współczesnych społeczeństwach wartości te nie odtwarzają się samoistnie, polityka historyczna definiowana jest jako swego rodzaju konieczna misja [Sadkiewicz 2009, s. 277], realizowana we współpracy wielu podmiotów. Także jeśli jest widziana jako „wzmocnienie publicznego dyskursu o przeszłości (...), poprzez różnego rodzaju formy instytucjonalizacji tego dialogu”, z dbałością o przekazywanie wielu rozmaitych narracji oraz zapewnienie wolności ocen faktów i wyrażania publicznych opinii, a nie jako partyjno-politycznie zabarwiona „walka o pamięć”, czy wręcz forma marketingu politycznego, taka popularyzacja dziejów i oparta na faktach dyskusja poszerzają świadomość własnej historii, na temat której wolny obywatel może wyrobić sobie własne zdanie [tamże, s. 278], a która współkształtuje jego tożsamość kulturową.

1.1.3. Ekonomiczny aspekt funkcjonowania szlaku kulturowego

Szereg badaczy problematyki szlaków kulturowych akcentuje ich znaczenie ekonomiczne. Taki produkt daje możliwość linearnego połączenia szeregu miejsc w celu eksploatacji jednego tematu, w wyniku czego – obok pojawienia się nowej, zdefiniowanej propozycji spędzania czasu wolnego - następuje także poprawa pozycji tych miejsc na rynku [C. Becker 1994, s. 1; P. Becker 2000, s. 137]. Szlaki posiadają istotne znaczenie dla wyodrębnienia i promocji walorów kulturowych i przyrodniczych danego obszaru, wpływającej z kolei na zwiększenie ruchu turystycznego [Stasiak 2006, s.14]. Jednocześnie w przestrzeni funkcjonującego szlaku pojawiają się dodatkowe korzyści gospodarcze, wyznaczane są nie tylko nowe rodzaje aktywności rekreacyjnej turystów, ale także nowe kierunki rozwoju ekonomicznego w kolejnych miejscowościach i mikroregionach [Stasiak 2006, s. 15; Kruczek 2007, s. 280].

Z punktu widzenia ekonomiki turystyki reorganizacja oferty zwiedzania znanych już zasobów kulturowych (m.in. w formie szlaków tematycznych) jako kompleksowych produktów połączona z ukazaniem ich jako atrakcji w nowym kontekście umożliwia znalezienie kolejnej grupy zainteresowanych ich odwiedzeniem, a tym samym może być widziana jako efektywna metoda poszukiwania nowej grupy konsumentów turystyki i kultury [Puczko, Ratz 2007, s. 137]. Konstruowanie szlaku wokół określonego tematu lub grupy tematów, wychodzących naprzeciw zainteresowaniom współczesnych turystów zwiększa także atrakcyjność podróży turystycznych, odbywanych do danego obszaru i ułatwia ich organizatorom zdobycie klientów o wykrystalizowanych zainteresowaniach [Dreyer 2000, s. 34]. Szlaki o charakterze kulturowym, najczęściej eksponujące wątki tematyczne, idealnie nadają się zarówno jako gotowe narzędzia takiej redefinicji, jak i jako zorganizowane trasy wypraw tematycznych [Becker P. 2000, s. 137; Mikos v. Rohrscheidt 2009b, s. 386]. Ważnym efektem tworzenia i funkcjonowania szlaków kulturowych jest podnoszenie poziomu organizacji turystyki na danym obszarze przez m.in. przygotowanie i sprzedaż w formie gotowej oferty szeregu prostych usług i złożonych produktów turystycznych, jak zwiedzanie, usługi przewodnickie, transport, nocleg wyżywienie oraz uczestnictwo w imprezach kulturalnych i rozrywkowych (samodzielne eventy i zintegrowane w zwiedzanie mikroeventy) oraz możliwości rekreacji. Jest to znaczne ułatwienie w procesie konstrukcji programu przez organizatorów wypraw grupowych, którzy korzystają z niego, dokonując zakupu usług w pakietach. Z kolei turystom indywidualnym rozwinęta oferta turystyczna szlaku umożliwia skomponowanie własnego programu podróży, na którego poszczególne moduły składają się usługi wybrane i zamówione przed jej podjęciem lub na miejscu [Mikos v. Rohrscheidt 2009e, s.84-85].

Z powyższych stwierdzeń wynika, że funkcja szlaku (w tym takiego o profilu kulturowym) jako produktu turystycznego stanowi integralną część jego koncepcji i w znacznej mierze określa tryb jego funkcjonowania. Została ona dostrzeżona i potraktowana jako istotne zagadnienie w refleksji teoretyków turystyki kulturowej. Zdaniem niektórych badaczy, przez samo już połączenie w nową całość istniejących obiektów szlak tematyczny staje się nowym produktem turystycznym [Kruczek 2007, s. 280]. Jeśli – zgodnie z teorią marketingu - jako produkt określane jest wszystko, co stanowi przedmiot wymiany rynkowej i produkt taki przybiera formy m.in. przedmiotu, usługi, miejsca, organizacji lub nawet idei [Altkorn 2002, s.97] a także formy mieszane, na które składają się elementy wyżej wymienionych, to szlaki turystyczne – obok obiektów, obszarów, rzeczy, usług, wydarzeń i imprez – można uważać za jedną z podstawowych form produktu turystycznego, oferowanego i dostępnego w ramach współczesnej turystyki [Kaczmarek, Stasiak Włodarczyk 2005, s. 76; Stasiak 2006, s.17]. Jako rodzaj złożonego produktu turystycznego szlak zespala wokół swojego tematu i związanych z nim określonych miejsc i obiektów różnorodne usługi turystyczne zlokalizowane wzdłuż jego przebiegu, przyczyniając się do ich łączenia (pakietyzacji), lepszej dystrybucji oraz zwiększenia zysku usługodawców. W aspekcie swojego funkcjonowania jako produkt turystyczny szlak definiowany jest jako szczególnie przypadek produktu o charakterze „miejsca”: „składa się on z szeregu ‘miejsc’ lub ‘obiektów’ związanych z pewną nadrzędną ideą, połączonych ze sobą wytyczoną, zwykle oznakowaną trasą (pieszą, wodną, samochodową itd.) oraz z różnorodnej infrastruktury turystycznej zlokalizowanej wzdłuż szlaku” [Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk 2005, s. 76]. Szlak jako produkt turystyczny jest konglomeratem dóbr i pojedynczych (lub już poprzednio złożonych) usług oferowanych turystom i wykorzystywanych przez nich w trakcie podróży. Pełną (nie wszędzie występującą) strukturę tego typu produktu tworzy sześć typów komponentów: obiekty (m.in. zabytki, dzieła sztuki, obiekty techniki, muzea i podobne instytucje, wystawy itd.) wydarzenia (w tym eventy jak np. festiwale i festyny oraz mikroeventy jak pokazy i prezentacje), usługi (m.in. noclegowe, gastronomiczne, informacyjne, przewodnickie), rzeczy (np. przewodniki i mapy, książki, publikacje elektroniczne, pamiętki), obszary (w tym miejscowości, krajobrazy, regiony, tereny chronionej przyrody) wreszcie oferty zorganizowanej wyprawy lub pobytu turystycznego (jak wycieczki, zwiedzania, pakiety pobytowe) [Stasiak 2006, s. 17-19; 23-26; Mikos v. Rohrscheidt 2010a, s. 42-45].

Jako produkt turystyczny szlak wymaga integracji organizacyjnej, połączenia wielu produktów cząstkowych przypisanych do konkretnej lokalizacji przestrzeni geograficznej w jedną całość. Unikalny charakter szlaku tematycznego jako produktu turystycznego nadają mu jego przestrzenna determinacja (jego tematyka i przebieg wyni-

kają z określonego dziedzictwa lub zasobów danego obszaru) oraz fakt, że w takiej postaci może on być „produkowany” (czyli zorganizowany i oferowany) tylko w jednym miejscu na świecie. Szlak ma także charakter synergiczny, polegający na współdziałaniu odrębnych czynników, którego efekt jest większy niż suma poszczególnych oddzielnych działań. W przypadku szlaku efekt synergii polega przede wszystkim (lecz bynajmniej nie wyczerpuje się w tym) na stworzeniu nowej kompleksowej oferty, łączącej różne atrakcje w nową jakość, co pozwala obniżyć koszty przygotowania i promocji poszczególnych usług, dzięki ponadlokalnej skali organizacji podnosi zadowolenie i satysfakcję turystów [Stasiak 2006, s. 18], przez nadanie obiektom i miejscom nowego, znaczenia jako elementom nośnym dla wspólnego tematu wiodącego, przyciąga nowych zwiedzających, a przez powiązanie jedną trasą i wymianę informacji powoduje że fakt odwiedzin w jednym obiekcie jest impulsem do odwiedzin kolejnego. W efekcie następuje wzrost liczby odwiedzin w licznych obiektach a także zwiększenie wiedzy turystów w określonym zakresie i powiększenie jakości i skali dialogu kulturowego, odbywanego poprzez aktywności turystyczne [Mikos v. Rohrscheidt 2010a, s. 20], co stanowi jeden z istotnych celów turystyki kulturowej. Szereg walorów szlaków tematycznych w kontekście potrzeb turysty kulturowego autor przedstawia szeroko na innym miejscu [Mikos v. Rohrscheidt 2010a, s.31-34]. Można je uznać za pozaekonomiczne aspekty efektu synergii generowanego przez szlak kulturowy, ważne z kolei z punktu widzenia uczestnictwa turysty w kulturze.

By szlak turystyczny mógł stać się pełnym - czyli rozwiniętym - produktem turystycznym, konieczna jest jego komercjalizacja [Stasiak 2006, s. 25; Mikos v. Rohrscheidt 2010a, s. 42; Kruczek 2011, s. 108n; Fidyk 2011, s. 87]. Polega ona na skonstruowaniu gotowej do sprzedaży oferty, zaspokajającej konkretne potrzeby określonego segmentu docelowego (czyli potencjalnie zainteresowanych tym rodzajem produktu turystów), a następnie skierowanie tej oferty do właściwych adresatów jako grupy docelowej. W obszernym opracowaniu na temat regionalnych szlaków tematycznych Armin Mikos v. Rohrscheidt [2010a] zestawiał i szerzej zaprezentował szereg postulatów dotyczących pożądaných kierunków rozwijania szlaków kulturowych, formułowanych przez międzynarodowe grono badaczy turystyki kulturowej. Realizowane łącznie, także w opinii innych badaczy [Kruczek 2011, s. 102] byłyby one w stanie zapewnić szlakowi kulturowemu zarówno rzeczywiste odniesienie do autentycznego dziedzictwa, które on eksploatuje, jak i skuteczną komercjalizację. W opracowaniu o szlakach tematycznych Mikos v. Rohrscheidt formułuje i uzasadnia cztery podstawowe kryteria organizacji szlaku, decydujące o kulturowym odniesieniu, trwałym zaistnieniu i efektywnym funkcjonowaniu szlaków tematycznych: kryterium uzasadnionej tematykacji obiektów, oznaczenia tras i obiektów „in situ”, faktycznej

dostępności obiektów oraz koordynacji szlaku [Mikos v. Rohrscheidt 2010a, s.51-57]²¹. Następnie wymienia i pokrótce opisuje pozostałe postulaty, które w tym miejscu wymienimy z nazwy i wskażemy ich autorów. Są to: postulat reprezentatywności kulturowej szlaku [Bianchini 1999, s. 88], postulat zwartości szlaku [Becker, Steinecke 1997, s. 107; Styperek 2002, s. 57], postulat różnorodności obiektów szlaku i postulat unikalności oferty [Becker, Steinecke, s.108], postulat równowagi typów i funkcji obiektów [Puczko, Ratz 2007, s. 138], postulat eventyzacji szlaków [Becker, Steinecke, 1997, s. 19; Hey 1993, s. 223; Mikos v. Rohrscheidt 2009, s. 392-393], postulat kreowania alternatywnych sposobów zwiedzania (w tym ekologizacji) szlaków, wypływający pośrednio z koncepcji „łagodnej” turystyki [Por. Alejsiak 2000, s. 212 i 218; Gaworecki 2003, s. 416-417], postulat koordynacji usług w ramach ofert złożonych i postulat rozwijania usług uzupełniających/towarzyszących [Stasiak 2006, s. 36], postulat indywidualizacji oferty szlaków [Mikos v. Rohrscheidt 2009b, s.400], (por. też ocena J. Urry`ego [2009, s.179]), postulat nowoczesnej, wielokanałowej promocji [Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk 2005, s. 229-231; Stasiak 2006, s.28; Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 401] wreszcie istotny dla efektywności i komercyjnego powodzenia systemów tego rodzaju postulat trwałości i aktualizacji oferty szlaku [Stasiak 2006, s. 27; Gotowt-Jeziorska 2007, s. 118; Steinecke 2007, s. 34]. Wraz ze wspomnianymi powyżej kryteriami materiałności szlaku przytaczany autor uwzględnił je w metodologii badania oraz w trakcie realizacji przeprowadzonej przez niego w roku 2010 oceny potencjału Szlaku Piastowskiego. Tym samym stwierdzony poziom ich realizacji wpłynął także na wyniki pierwszej ewaluacji, która stała u podstaw podjęcia decyzji o reorganizacji systemu.

1.1.4. Problem poziomu organizacji i trwałości oferty polskich szlaków kulturowych

Lista turystycznych szlaków kulturowych w Polsce wzrosła niepomniernie w ciągu ostatnich dziesięciu lat. Ma to związek z łatwością w pozyskiwaniu europejskich funduszy pomocowych na projekty rozwoju regionalnego, w tym te obejmujące działania na rzecz turystyki. Tę lawinę nowych propozycji jeden z badaczy określił adekwatnym mianem polskiej „szlakomanii” [Kruczek 2011 s.108]. Niestety, podczas konstruowania większości ofert tego rodzaju niewiele uwagi zwraca się na ich prawidłową tematyzację (w tym weryfikację i opracowania naukowe poszczególnych obiektów oraz zestawianie ich listy zgodnie z deklarowanym profilem systemu)

²¹ W przytoczonej pozycji kryteria zostały bardzo szeroko opisane i uzasadnione. Od tej pory były one wielokrotnie powtarzane w innych pracach analitycznych i stosowane jako kryteria prowadzonych badań polskich szlaków kulturowych. Dla bliższego zapoznania się z nimi wypada odesłać czytelnika do tej publikacji.

i efektywną koordynację, nie zapewnia się faktycznej dostępności obiektów, a często nawet nie w pełni oznacza się przebieg szlaku w fizycznej przestrzeni. Z tego powodu znakomitą większość polskich szlaków kulturowych należy określić jako oferty wirtualne czy „doraźne” (o ile nie wręcz fikcyjne) produkty turystyczne. Są to propozycje zdefiniowane i zadeklarowane co do profilu, w części nawet opracowane tematycznie, jednak funkcjonujące głównie - a często wyłącznie - w wymiarze marketingowym, natomiast nie posiadają one ani uporządkowanej struktury zarządczej, ani spójnej i prawidłowo tematyzowanej oferty, ani poczucia wspólnoty celów ze strony podmiotów tworzących je [Mikos v. Rohrscheidt 2008a, s. 293n; 2010a, s. 45n; Gawęł 2012a, s. 7]. Tylko niewielką część polskich szlaków można natomiast uznać za produkty faktyczne, oferujące akceptowalny poziom organizacji podróży i mające szansę na trwałe zaistnienie w krajowej przestrzeni turystycznej. Dla zorientowania się w proporcjach jednych i drugich wystarczy porównanie dwóch sporządzonych w odstępie niecałego roku list polskich szlaków kulturowych, z których pierwsza [Mikos Rohrscheidt 2010a, s. 47-49] zestawia te uznane na podstawie wymienionych wyżej kryteriów za materialne (w pełni rozwinięte) i realne (a więc posiadające trwałe charakter i w znacznej części spełniające kryteria organizacji) - jest ich 46, a druga wszystkie propozycje posiadające linearną strukturę szlaku i tematyczne odniesienie do szeroko rozumianej kultury [Gawęł 2011, s. 218-229] - ta ostatnia wymienia ich aż 348.

W świetle powyższego tym większe znaczenie zyskuje postulat badania poziomu organizacji polskich szlaków kulturowych, opartego na uzasadnionych kryteriach i przeprowadzonego z zachowaniem naukowych metod. Jego realizacja nie tylko umożliwiłaby poprawę oferty wielu z nich i dostosowanie jej do standardów uznawanych we współczesnej europejskiej turystyce. Ustanowienie na podstawie wyników takich badań minimalnych kryteriów organizacji szlaku pozwoliłoby także na zaoszczędzenie znacznych środków i kierowanie ich tylko tam, gdzie faktycznie tworzy się produkt wartościowy w kontekście celów turystyki kulturowej (w tym wzrostu poczucia tożsamości regionalnej i rozwoju oraz kulturalnej oferty regionów) a jednocześnie prawidłowo zarządzany i przez to efektywny z ekonomicznego punktu widzenia.

Szczegółowe badanie Szlaku Piastowskiego jako tematycznego systemu organizacji turystyki w ramach szerzej zakrojonego projektu przeprowadził i jego wyniki opublikował Mikos v. Rohrscheidt [2010a]. Ze względu na fakt, że wyniki tego badania i postulaty sformułowane na ich podstawie przez autora stały się jednym z impulsów do przebudowy przestrzeni i oferty szlaku, odniesiemy się do nich odrębnie poniżej.

1.2. Znaczenie zarządzania humanistycznego w kontekście funkcjonowania szlaków kulturowych

Z samego stwierdzenia, że szlak turystyczno-kulturowy należy traktować jako system (eksploatacji turystycznej) wynika, że dla jego efektywnego funkcjonowania, wyrażającego się w optymalnym wykorzystaniu efektu synergii, konieczne jest sprawne i skuteczne zarządzanie nim. Także jeśli traktować szlak jako organizację (której kryteria spełnia²²) należy uznać za niezbędne trwałe usytuowanie struktury zarządczej, odpowiedniej dla jego celów i zadań. By takim była, jej model musi w pierwszym rzędzie uwzględniać zakładany cel nadrzędny systemu/organizacji, którym w wypadku szlaku jest uczestnictwo w kulturze przez udostępnianie jej walorów. W niniejszym podrozdziale - po wskazaniu tych podstawowych założeń dotyczących zarządzania szlakiem, mogących stanowić fundament dla opracowywanych strategii rozwoju szlaków kulturowych – zostanie pokrótce przedstawiona koncepcja zarządzania humanistycznego jako najbardziej naturalnego sposobu kierowania organizacjami kultury, a następnie – w oparciu o wywody innych badaczy i wyniki badań szlaków przeprowadzonych przez autora – rozwinięta propozycja jej implementacji do zarządzania szlakiem kulturowym.

1.2.1. O potrzebie zarządzania humanistycznego w sferze kultury

Rozpowszechniona definicja zarządzania określa tym terminem następujący zestaw funkcji 1. planowanie i podejmowanie decyzji, 2. organizowanie, 3. przeprowadzenie i 4. kontrolowanie, skierowanych na zasoby organizacji (ludzkie, finansowe, rzeczowe i informacyjne) i wykonywanych z zamiarem osiągnięcia celów organizacji w sposób sprawny i skuteczny [Griffin 2007, s. 6]. Planowanie obejmuje przy tym wytyczanie celów i określanie sposobów ich realizacji, organizacja odnosi się m.in. do grupowania poszczególnych (typów) zasobów i działań zarządzanej organizacji, przeprowadzenie zawiera m.in. elementy inspirowania i motywacji do wspólnego działania na rzecz osiągnięcia celów, a istotą kontrolowania jest obserwacja postępów w ich realizowaniu [Griffin 2007, s.9-11]. Tradycyjne (choć zgoła nie pierwotne) i nadal rozpowszechnione przekonanie o ograniczeniu sfery zarządzania do dziedziny biznesu [Gawel 2011, s. 23] od dłuższego już czasu jest podważane nawet przez

²² Por. [Griffin 2007, s. 5]: „Organizacja: grupa ludzi, którzy współpracują ze sobą w sposób uporządkowany i skoordynowany, aby osiągnąć pewien zestaw celów”. W kontekście tego rozumienia organizacji każdy szlak kulturowy, nie pozostawiony samemu sobie po wyznaczeniu w terenie, lecz koordynowany w przynajmniej minimalnym stopniu z udziałem choćby części podmiotów tworzących listę jego obiektów może być określany tym mianem, a zatem jest potencjalnym przedmiotem zarządzania.

autorytety w dziedzinie samego zarządzania²³. Teoretycy zarządzania uważają nawet, że wprowadzenie systematycznego zarządzania w sektorze organizacji społecznych nienastawionych na zysk, o ile będą oparte na trafnych założeniach teoretycznych, może nie tylko okazać się skuteczne, ale i przynieść zauważalne rezultaty w najkrótszym czasie. Zarządzanie jest przez nich określone jako konkretny i wyróżniający się instrument działania każdej organizacji [Drucker 2009, s. 14-17]. Z faktu, że każda organizacja potrzebuje przejrzystej struktury, zrozumiałej dla zaangażowanych w jej funkcjonowanie oraz ośrodka (komórki), podejmującego kluczowe i ostateczne decyzje w rozlicznych aspektach jej funkcjonowania, w szczególności w momentach przełomowych i trudnych [Drucker 2009, s. 21], wynika konieczność wbudowania takiego ośrodka na trwałe w strukturę organizacji.

Niezależnie od prymarnie niekomercyjnego charakteru kultury i pochodnego wobec tego faktu nadal dość powszechnego przekonania o jej rzekomo głównie konsumpcyjnym charakterze [Bendixen 2001, s. 40-46]²⁴ nie może być wątpliwości, że także ta sfera ludzkiej aktywności, w tym organizacja uczestnictwa w niej musi podlegać racjonalnemu zarządzaniu [Orzechowski 2009]. Takie zarządzanie musi jednocześnie stale uwzględniać swoją służebną rolę w stosunku do procesu twórczego [Bendixen 2009, s. 235] lub dziedzictwa [Gawęł 2011, s. 72], podobnie jak w organizacjach funkcjonujących w obszarze gospodarki podporządkowane jest ono zyskowi czy zaspokajaniu konkretnych potrzeb materialnych.

Rolę zarządzania docenia coraz więcej organizacji publicznych: w wielu z nich wprowadza się z powodzeniem narzędzia pochodzące z instrumentarium tworzonego przez nauki o zarządzaniu. Problematyka zarządzania publicznego, rozumianej jako

²³ Dobrą ilustracją rozumienia zarówno zadań współczesnego zarządzania, jak i szerokiego spojrzenia na jego pożądany zakres jest sformułowanie paradygmatu zarządzania autorstwa Petera F. Druckera: „Funkcją zarządzania jest dbałość o wyniki organizacji. Celem zarządzania jest zdefiniowanie oczekiwanych wyników, a następnie taka organizacja dostępnych zasobów, która jest w stanie zapewnić osiągnięcie tych wyników. Zarządzanie jest tym wymiarem działania, który stwarza danej organizacji możliwość produkowania wyników pracy poza obrębem samej instytucji, niezależnie od tego, czy dana organizacja jest przedsięwzięciem gospodarczym, kościołem, uniwersyteciem, szpitalem czy schroniskiem dla bezdomnych” [Drucker 2009, s. 48]. W tak szerokie spektrum organizacji wymagających efektywnego zarządzania z pewnością da się wpisać także instytucje kultury (tworzące znaczną grupę obiektów szlaków kulturowych) i same szlaki, jako zorganizowane systemy służące uczestnictwu ludzi w kulturze w ramach podróży czasu wolnego.

²⁴ Autor przytoczonego opracowania w szerokim wywodzie, posługując się przykładami m.in. z zakresu finansowania koniecznych celów publicznych oraz znaczenia rozwoju osobowości dla optymalizacji warunków makroekonomicznych przekonująco argumentuje, że związki między gospodarką a kulturą są znacznie bardziej skomplikowane, niż ukazują to twierdzenia o utrzymywaniu przez pracę produktywną (dokonującą się w tej pierwszej) pracy nieproduktywnej (wykonywana w sferze tej ostatniej). Stawiając na tej podstawie tezę o potencjalnym zagrożeniu dla demokracji przez kulturalne zubożenie społeczeństwa i poddanie wszystkich dziedzin jego funkcjonowania przymusom komercji, opowiada się za koniecznością systematycznej analizy społecznych powiązań i funkcji kultury z jednej i gospodarki z drugiej strony. W ten sposób nakreśla główne zadanie ekonomiki kultury jako odrębnej dyscypliny naukowej.

szczegółowa dyscyplina tej gałęzi nauki stała się już także w przestrzeni polskiej refleksji naukowej przedmiotem odrębnych opracowań [Kozuch 2004], jakkolwiek nadal nie ma pełnej zgodności, co do umiejscowienia jej w strukturze badań naukowych. Autorzy licznych opracowań poświęconych zarządzaniu nadal pielęgnują podział zarządzania na tzw. zarządzanie twarde (ogólne) i zarządzanie miękkie. To drugie, stosowane m.in. w dziedzinie kultury, do niedawna nie przez wszystkich było uznawane za samodzielną dyscyplinę naukową, co z kolei spotykało się z uzasadnioną krytyką badaczy zajmujących się zarządzaniem w obszarze nauk humanistycznych [m.in. Orzechowski 2001, s. 11-12; Gawęł 2011, s.24]. Ostatecznie kwestia ta została rozstrzygnięta przez wpisanie zarządzania jako dyscypliny zarówno w obszar nauk społecznych (w ramach dziedziny nauk ekonomicznych), jak i humanistycznych (a ramach dziedziny nauk humanistycznych) [*Rozporządzenie MNiSW 2011, Załącznik*]. Jednak (niestety) w tej dziedzinie w naszym kraju teoria zarządzania organizacjami ze sfery kultury i tak wydaje się wyprzedzać praktykę, co pociąga za sobą szereg negatywnych konsekwencji. Należą do nich: nieuwzględnianie konieczności ściślejszego definiowania celów poszczególnych organizacji (a w rezultacie chaotyczne opracowanie strategii rozwoju, nawet jeśli są one wymagane i tworzone), unikanie przez znaczącą część instytucji i innych organizacji wprowadzania efektywnych struktur i pożądaných działań zarządczych a także brak systematycznych i szerzej zakrojonych badań na temat rzeczywistości zarządzania w polskich obiektach i organizacjach realizujących misję kulturalną [Gawęł 2011, s. 24].

Autorzy opracowań odnoszących się do zarządzania kulturą wyraźnie artykułują swój sceptycyzm w odniesieniu do ewentualnej przydatności konwencjonalnej wiedzy o zarządzaniu w tej dziedzinie [Bendixen 2001, s. 164; 2009, s. 233] uzasadniając go m.in. genezą tej gałęzi wiedzy, wywodzącej się z badań środowiska przemysłowego i wyraźnie preferującej społeczno-mechanistyczny obraz badanych systemów, nieprzystający do rzeczywistości będącej przedmiotem ich analiz. Dodatkowym oparciem dla tworzenia i wdrażania koncepcji zarządzania innych niż tradycyjne jest fakt, że także w znacznej większości nowoczesnych przedsiębiorstw nie funkcjonuje idealny model zarządzania, oparty na jednej koncepcji, lecz stosowane są elementy różnych, które współistnieją obok siebie, w poszczególnych aspektach zarządzania nakładają się na siebie, a czasem nawet wzajemnie się wykluczają, co bynajmniej nie uniemożliwia ich łączenia (czy raczej: mieszania) w konkretnym modelu [Bugdol 1999, s. 15]. W opozycji do klasycznego nurtu teorii zarządzania, widzącego w człowieku wykonawcę działań, poddawanego oddziaływaniu bodźców materialnych (zysk), podejmuje się próby skonstruowania jego humanistycznego ujęcia. Takie ujęcie na powrót stawia człowieka w centrum złożonego procesu zarządzania organizacją, widząc w nim podmiot działań zarządczych i jednocześnie ich

istotę. W ujęciu teoretyków tego modelu zarządzania o realizacji celów organizacji decydują bowiem w nieporównanie większej mierze ludzie, mający wolę je realizować i podejmujący świadome działania w tym kierunku, niż ustanawiane normy produkcyjne czy inne [Nierenberg, 2011, s. 35], stanowiące tylko rodzaj porządkowania owego działania. W konsekwencji czynnik ludzki w funkcjonowaniu organizacji musi zostać dowartościowany [Bugdol 1999, s. 17], a przedsięwzięcia nakierowane na jego szersze uwzględnianie powinny znaleźć poczesne miejsce zarówno w ogólnych koncepcjach zarządzania, jak i w ich szczegółowych zastosowaniach, m.in. wzorcowych modelach opracowywanych dla typów organizacji czy strategiach dla poszczególnych przypadków.

Wśród koncepcji obecnych we współczesnych teoriach zarządzania na uwagę zasługuje idea przedsiębiorstwa rozszerzonego, czyli organizacji o luźnej strukturze, łączącej na podstawie rozmaitych relacji partnerów (m.in. dostawców towarów lub usług składowych), kooperantów, ale także pracowników i klientów. W takiej organizacji, obok typowych elementów zarządzania przez jakość (jak kreowanie kultury organizacyjnej przedsiębiorstwa, wspieranie wysiłków osób wprowadzających innowacje, dbałość o dobre relacje z partnerami i klientami, motywowanie współpracowników do zwiększonego wysiłku) zadaniem kierownictwa jest tworzenie modelu otwartego przedsiębiorstwa, zdolnego do interakcji ze swoim otoczeniem i reakcji na zmiany w nim zachodzące [Bugdol 1999, s. 18-19]. Inną formą uelastycznienia struktury przedsiębiorstwa jest tworzenie zespołów międzyfunkcyjnych (*Cross-Functions-Team*) w ramach jego tradycyjnej struktury [Bugdol 1999, s. 18-19]. Takie założenia wydają się szczególnie interesujące ze względu na luźną strukturę organizacji analizowanej w niniejszym opracowaniu: szlaku kulturowego. Funkcjonuje on zawsze w szerszym otoczeniu, tworzącym przestrzeń turystyczną danego obszaru, związki między poszczególnymi (odrębnymi) podmiotami tworzącymi jego strukturę przybierają różne formy, a model współpracy między nimi w niektórych przypadkach w niczym nie przypomina tradycyjnego schematu zwierzchnictwa i podległości, obowiązującego w tradycyjnych przedsiębiorstwach.

W dziedzinie nowoczesnego zarządzania coraz wyraźniej dostrzegana jest potrzeba nowych rozwiązań o wymiarze holistycznym, których cechą zasadniczą, obok uwzględniania wszystkich komponentów funkcjonowania organizacji (w tym i tych pozaekonomicznych), byłaby otwartość na nowe metody [Bugdol 1999, s. 20]. W sferze kultury efektywne zarządzanie nie jest możliwe, jeśli jako podstawowy paradygmat zostaje potraktowana ekonomia, która w tej dziedzinie może pełnić jedynie rolę wspierającą. Innymi słowy, ekonomia – ani też w ogóle motywacja komercyjna, przyznająca osiągnięciu zysku ekonomicznego centralną rolę w funkcjonowaniu organizacji – nie powinna posiadać dominującego wpływu na kluczowe decy-

zje w zarządzaniu organizacją kultury. Jedną z głównych przyczyn tego jest podnoszony przez teoretyków ekonomiki kultury fakt, że pieniądź, nie będąc sam z siebie kreatywny, może być jedynie instrumentem wsparcia dla wykorzystania ludzkiej kreatywności, rodzącej się i realizującej w ramach aktywności natury kulturalnej [Bendixen 2009, s. 226]. Z uwagi na tę samą permanentną kreatywność, stanowiącą istotną cechę żywej kultury [Bendixen 2009, s. 227], ale także na nieustannie dokonujące się zmiany w preferencjach turystycznych ludzi i – w konsekwencji – w popycie w dziedzinie turystyki kulturowej – koncepcja zarządzania organizacjami ukierunkowanymi na uczestnictwo w kulturze w trakcie podróży odbywanych w czasie wolnym, nie może być budowana jedynie w oparciu o wyniki badań empirycznych, stwierdzające stan istniejący. Planowanie przyszłości na podstawie prostej analizy podstawowych danych może okazać się bardzo mało efektywne. Wynika z tego, że zarówno w przygotowywaniu koncepcji szlaków kulturowych, jak i na etapie ustalania ich struktur zarządczych należy obok analiz aktualnego stanu zasobów, poziomu infrastruktury, ruchu turystycznego i typów zachowań turystów, koniecznie uwzględnić rozmaite profile dzisiejszego odbiorcy: turysty kulturowego i jego preferencje (znane częściowo z badań dokonywanych w ramach większych projektów, a częściowo dające się ustalić na drodze badań turystów w przestrzeni szlaku), należy też w strukturę zarządzania szlakiem wbudować mechanizmy i narzędzia umożliwiające rejestrowanie na bieżąco zachodzących w tym zakresie zmian (jak monitoring, badania okresowe, sposoby permanentnego pozyskiwania danych i opinii) oraz komórki zdolne do ich ewaluacji i sprawnego wypracowywania reakcji w postaci ciągłej modyfikacji oferty szlaku²⁵.

Podobnie jak opisany powyżej „przesąd ekonomiczny”, w imię efektywnego zarządzania kulturą kontestowane jest nieuzasadnione przekonanie, że najlepiej powierzać je specjalistom z danej dziedziny (jak historycy sztuki w muzeach artystycznych, muzycy lub muzykolodzy w operach i filharmoniach czy aktorzy albo reżyserzy w teatrach) [Hagoort 1996, s.144; Nierenberg 2011, s.9; Gawel 2011, s. 29-30]. Bez dyskusyjnie, wiedzy i umiejętnościom z zakresu zarządzania powinna u menedżera kultury towarzyszyć dobra orientacja w zasobach kulturalnych tworzonych, eksploatowanych lub udostępnianych przez daną organizację. Z drugiej strony najwybitniejszy nawet twórca, wykonawca czy badacz kultury może okazać się miernym zarządcą, który w wyniku deficytu wiedzy na temat (albo braku zrozumienia dla) ekonomicznych aspektów funkcjonowania organizacji w jej otoczeniu (w tym także

²⁵ Dodajmy, że w przypadku szlaku o profilu historycznym (jak Szlak Piastowski) owa modyfikacja nie może (przynajmniej w zasadniczej mierze) dotyczyć samych walorów szlaku: miejsc, obiektów, tematów, eksponatów, wątków, ale raczej środków przekazu treści, sposobów organizacji podróży i zwiedzania, kanałów i metod promocji i tak dalej.

w relacji do popytu turystycznego i produktów turystycznych) zmarnuje potencjał organizacji, a w skrajnych i nie tak rzadkich przypadkach doprowadzi do jej upadku z przyczyn ekonomicznych.

Humanistyczny wymiar zarządzania (określany m. in. także jako jego wymiar społeczny [Bugdol 2003, s. 33] można dostrzec już w tezach Edwardsa Deminga, sformułowanych przed niemal trzydziestu laty [Deming 1986, s. 23-24]. Ten znany propagator zarządzania przez jakość, uważał jej zapewnienie za podstawowe zadanie kierownictwa każdej organizacji. Jego zdaniem jest to niemożliwe bez zaangażowania pracowników, świadomych celów organizacji, w tym także ich udziału w procesach decyzyjnych²⁶. Zdaniem badaczy problematyki zarządzania, jego humanistyczna teoria – a w ślad za nią praktyka – na szczyt hierarchii wartości musi wynieść czynnik ludzki w organizacji [Bugdol 1999, s. 16]. Konkretnie wyraża się to m.in. w zdefiniowaniu i traktowaniu pracowników organizacji jako najcenniejszego kapitału, podstawowego źródła jakości jej produktu i jedną z dwóch podstawowych grup interesariuszy, określaną nawet jako tzw. klienci wewnętrzni, co dowartościowuje ich w stosunku do dominującego dotąd w teorii zarządzania klienta zewnętrznego [Bugdol 2003, s. 34-39]. Spośród dziewięciu zasad koncepcji TQM (*Total Quality Management*), jednej z najbardziej rozpowszechnionych koncepcji zarządzania przez jakość, aż sześć odnosi się bezpośrednio do zarządzania ludźmi. Akcentują one między innymi znaczenie ich zaangażowania w funkcjonowanie organizacji, potrzebę permanentnego doskonalenia oraz synergii wynikającą z pracy zespołu. Szczególnie ten ostatni element określający wartość dodaną tworzoną w głównej mierze dzięki odpowiednim relacjom i związkom interpersonalnym [Bugdol 2003, s. 43-44; 71] jest istotny w zarządzaniu szlakiem kulturowym – systemem bazującym także na efekcie synergii powstającym dzięki sprzężeniu aktywności rozmaitych podmiotów powiązanych dzięki zabiegowi tematyzacji i wykreowaniu wspólnej struktury.

²⁶ Znaczenie czynnika ludzkiego znajduje swoje odbicie aż w sześciu z 14 zasad Deminga. I tak zasada 5. postuluje tworzenie klimatu sprzyjającego odczuciu satysfakcji z pracy, który Deming uważa za warunek dla pojawienia się innowacyjności i chęci doskonalenia. Zasada 6. domaga się wprowadzenia nowoczesnych metod doskonalenia zawodowego, nie tylko powiększającego umiejętności pracowników, ale i umożliwiającego lepsze ich wykorzystanie. Zasada 8. wzywa do usuwania zarządzania wyłącznie przez wyniki (generującego strach współpracowników) i zwiększenie wymiany informacji pomiędzy poszczególnymi poziomami przedsiębiorstwa, co ma sprzyjać wydajności. Zasada 9. wzywa do przełamywania barier między działami organizacji, by w ten sposób oddalić ryzyko odrębnego ich „doskonalenia” i w efekcie suboptymalnej konfiguracji, często prowadzącej do strat zamiast zysku. Zasada 13. zwraca uwagę na znaczenie programów szkoleń i wspierania przez kierownictwo samodoskonalenia pracowników, argumentując to przełożeniem wzrostu ich wiedzy na zwiększenie konkurencyjności organizacji. Wreszcie ostatnia, 14. zasada przypomina o potrzebie zaangażowania wszystkich pracowników w procesy transformacyjne, co jest warunkiem właściwego działania procesu nieustannego poprawiania jakości.

Przewartościowania założeń dotyczących roli człowieka w organizacji oraz jego pracy domaga się także jeden z twórców współczesnej teorii zarządzania, Peter Drucker. „Ludźmi nie należy zarządzać. Zadaniem jest przewodzenie ludziom. A celem jest czerpanie wydajności z wiedzy i silnych stron każdego pracownika” [Drucker 2009, s. 30-31]. W ramach humanistycznego zarządzania istotne jest także zwrócenie uwagi na drugi ludzki element funkcjonowania organizacji, mianowicie na człowieka jako odbiorcę, użytkownika „produktu” organizacji czy też finalnego konsumenta jej działań. Zarządzanie musi odejść od postrzegania jako istotnych wyłącznie własnych „produktów” i usług czy nawet instytucjonalnych (albo hurtowych) odbiorców. Konieczna jest współpraca z indywidualnym człowiekiem jako adresatem aktywności organizacji [Drucker 2009, s. 37]. Powinna się ona wyrażać m.in. w zapytywaniu go o jego wyobrażenia i preferencje oraz w stworzeniu w strukturze organizacji i wprowadzeniu do instrumentarium zarządczego efektywnych narzędzi umożliwiających uwzględnienie tego głosu w (re)formowaniu samej organizacji oraz trybu jej funkcjonowania.

Również w ramach humanistycznego zarządzania kulturą tylko w niewielu przypadkach (np. impresariatu, częściowo działalności wydawniczej) ma ono postać niezależnej działalności jednostki. W ogromnej większości przypadków jest ono zintegrowane jako funkcja organizacji lub element projektu, w których jest niezbędne [Bendixen 2009, s. 232]. Różnice pomiędzy zarządzaniem organizacjami biznesowymi i pozabiznesowymi są przy tym stosunkowo niewielkie: Drucker określa skalę koniecznych dostosowań za względu na misję i specyfikę danej organizacji na około 10% – i to niezależnie od jej profilu [Drucker 2009, s. 17]. Można zatem wraz z Ł. Gawłem [2011, s. 31] przyjąć, że różnice (i tym samym konieczność dostosowań) pomiędzy instytucjami działającymi w sferze szeroko rozumianych usług kulturalnych będą jeszcze mniejsze. Oznacza to, że opracowywanie modeli zarządzania poszczególnymi typami organizacji i systemów, w tym szlaków kulturowych, oparte na analizie funkcjonowania niektórych z nich ma głęboki sens. Mogą one bowiem – niewielkim tylko nakładem sił i środków – zostać dostosowane do pokrewnych systemów i z powodzeniem zostać zastosowane w zarządzaniu nimi.

1.2.2. Główne problemy humanistycznego zarządzania kulturą

Na pierwszym miejscu wśród potencjalnych słabości tego stylu zarządzania w omawianej dziedzinie powinien zostać wskazany klasyczny efekt Baumola, zachodzący w sytuacji, gdy subsydiowany podmiot kultury traci zainteresowanie ograniczeniem rozmiarów swojego deficytu, stanowiącego lukę między przychodami a kosztami funkcjonowania [Nierenberg 2009, s. 241]. Obok innych typów instytucji jest to zjawisko charakterystyczne dla wielu muzeów, ponieważ zaś stanowią one znaczny

odsetek obiektów szlaków kulturowych (w tym analizowanego w tej pracy), znalezienie sposobu na jego usunięcie, a przynajmniej złagodzenie, jest nie tylko pożądane w makroskali (czyli w organizacji uczestnictwa w kulturze w skali kraju), ale byłoby także korzystne dla formułowania zasad współpracy muzeów w ramach kształtowania i realizacji oferty szlaku oraz dla efektów ich funkcjonowania w ramach tych systemów. Opracowując koncepcję zarządzania szlakiem należy mieć na uwadze ryzyko wystąpienia takiego efektu także w odniesieniu do niego samego, jako systemu eksploatacji turystycznej i uwzględnić je przy konstrukcji modelu finansowania bieżącej koordynacji oraz innych przedsięwzięć, składających się na jego funkcjonowanie. Będzie to jednym z elementów projektu przebudowy Szlaku Piastowskiego.

Śród szeregu potencjalnych problemów zarządzania organizacją kultury, które mogą wynikać w kontekście rezygnacji z koncentrowania się na aspekcie ekonomicznym i redukcji znaczenia elementu zysku, nie można lekceważyć ryzyka przecenienia roli znaczenia przywództwa [Bugdol 1999, s. 86]. Jest ono tym większe, im więcej zadań powierzonych zostaje komórkom zarządczym. Koncentrowanie się zarządzających na ich prawidłowej pracy i przypisywanie im decydującego wpływu na efektywność całej organizacji może prowadzić do zniekształcenia obrazu całości i wypaczenia jej oceny. Skutecznym zabezpieczeniem przed tym może być odpowiednie uwzględnianie znaczenia odbiorców oferty przez przywiązywanie wagi do ich frekwencji, sposobu korzystania z udostępnionych możliwości, zachowań oraz opinii. Regularnie pozyskiwane i ewaluowane dane w tym zakresie mogą tworzyć o wiele bardziej adekwatny obraz realizacji celów organizacji.

Jednak także przecenienie roli klienta zewnętrznego może mieć negatywne konsekwencje dla większości organizacji, w tym także dla szlaku kulturowego [Bugdol 1999, s. 86]. W przeciwieństwie do podmiotów nastawionych wyłącznie na zysk, w sferze kultury nie jest bowiem pożądane, by tylko odbiorca oferty przez artykułowanie swoich potrzeb i oczekiwań określał cele istnienia organizacji oraz pośrednio decydował o sposobach ich realizacji. To także ona sama, realizując swoje cele współokreśla i współkształtuje potrzeby klientów i dąży do wypracowania coraz lepszych produktów, najlepiej przewyższających potrzeby odbiorców [Bugdol 1999, s. 86-87]. W przypadku szlaku kulturowego redukcja oceny efektywności do satysfakcji klientów czy wręcz tylko do skali wykorzystania oferty (co oznaczałoby już wprost ograniczenie do aspektu ekonomicznego) grozi odejściem od celu zasadniczego, którym jest udostępnianie rzeczywistych walorów dziedzictwa kulturowego i (w przypadku turystów z własnego kraju) wspieranie identyfikacji kulturowej odbiorcy. Wyłączne ukierunkowanie na potrzeby i życzenia klienta oraz modyfikacja oferty zgodnie z jego preferencjami mogłaby doprowadzić do wybiórczego trakto-

wania tego dziedzictwa i w konsekwencji wyrugowania z niego tych cennych elementów i aspektów, które aktualnie nie są popularne, co oznaczałoby zniekształcenie i zubożenie jego obrazu i sprzeniewierzenie się celowi istnienia szlaku. Zapobiec temu można przez dwa rodzaje działań: z jednej strony zagwarantowanie uczestnictwa w szlaku i obecności w jego podstawowej ofercie tym obiektom, miejscom i wydarzeniom, które zostały uznane za reprezentatywne dla obszaru lub tematyki prezentowanej przez szlak, o ile tylko spełniają wymagania przynależności do szlaku i obsługi turystów, z drugiej – podejmowanie i wspieranie starań o wprowadzenie możliwie najbardziej atrakcyjnych metod i narzędzi prezentacji tych obiektów i elementów szlaku, które z różnych powodów w danym momencie cieszą się mniejszą popularnością wśród turystów.

Konieczność ciągłego dostosowywania się jest ostatnią istotną kwestią powiązaną z zarządzaniem organizacją, szczególnie w warunkach nieustannych zmian środowiska jej działania, w tym popytu na jej usługi i rodzajów relacji z partnerami – a turystyki dotyczy to w większym stopniu niż większości innych dziedzin. Analizy zagadnień składających się na procesy przeprojektowywania w organizacjach (*reengineering*) oraz doskonalenia organizacji, podkreślające kluczowe znaczenie współpracy kierownictwa i pracowników oraz zaangażowania tych ostatnich w przeprowadzenie zmiany [Griffin 2007, s. 419-422] wskazują na wyższość zarządzania humanistycznego: kreatywne i elastyczne podejście zarządzających, zakładane w takich koncepcjach jest nie tyle gwarancją sukcesu przebudowy, co jego warunkiem. W zarządzaniu szlakiem kulturowym przeprojektowywanie i doskonalenie organizacji będzie się wyrażać najczęściej w przebudowie struktur koordynacyjnych systemu oraz w rozwijaniu i daleko idącym modyfikacjom oferty szlaku, przy pozostawieniu w niezmienionej formie lub niewielkim tylko modyfikacjom listy obiektów.

1.2.3. Elementy humanistycznego zarządzania w strategii szlaku kulturowego

Niezależnie od potrzeby komercjalizacji szlaków kulturowych (por. rozdz. 1.1.3) należy podkreślić, że – z racji eksploatacji walorów kulturowych – fakt ich funkcjonowania jako elementu rynku usług turystycznych (konkretnego typu produktu turystycznego) nie może być uznawany za pretekst do odmawiania im przynależności do sfery kultury (jako instrumentów jej udostępniania) czy też do lekceważenia ich społecznego znaczenia jako nośnika tożsamości regionalnej, czynnika wspierającego identyfikację kulturową mieszkańców regionu²⁷ oraz formy dowartościowania własnych zasobów kulturowych [Gawel 2011, s.71]. Dlatego artykułowany przez bada-

²⁷ W przypadku szlaków tematyzowanych historycznie i odnoszących się do dziejów całego państwa lub/i narodu, jak Szlak Piastowski można mówić o tej samej funkcji także w odniesieniu do turystów z własnego kraju oraz zagranicznych odwiedzających polskiego pochodzenia.

czy problematyki zarządzania postulat wypracowania specyficznych metod i instrumentów dla poszczególnych typów organizacji [Bugdol 1999, s. 187] w dziedzinie zarządzania szlakami został już podjęty [Gawel 2011, 2012a, 2012b] i będzie także przedmiotem szczegółowej analizy odniesionej do konkretnego systemu tego rodzaju w niniejszym opracowaniu (por. rozdział 4).

Szerszy kontekst zarządzania szlakami kulturowymi (w szczególności tymi, które eksploatują i udostępniają uznane dziedzictwo kulturowe danego regionu) stanowi regionalna polityka kulturalna. Analiza celów strategicznych i formułowanych na ich podstawie zadań tej polityki wykazuje, że wspieranie turystyki kulturowej, bazującej na walorach regionu jest w wielu przypadkach bezpośrednio lub pośrednio zapisywane w jej deklarowanych celach i zadaniach, formułowanych przez samorządy wojewódzkie [Praweńska-Skrzypek 2003, m. in. s. 42-46]. Zarówno owe cele, jak i konkretne zadania są tam rozmaicie definiowane. I tak już na poziomie celu strategicznego może pojawić się sformułowanie odnoszące się wprost do organizacji turystyki kulturowej. Miało to miejsce m.in. w przypadku dysponującego nieprzeciętnie bogatym dziedzictwem kulturowym województwa małopolskiego, gdzie cel strategiczny określony jako „potencjał kulturalny regionu, baza dla rozwoju (...) przemysłu czasu wolnego”) [Tamże, s. 44] sprecyzowano następnie na poziomie zadań jako „wykorzystanie dziedzictwa kulturowego dla tworzenia rozwoju regionalnych produktów turystycznych” [Tamże, s. 45]²⁸. Jednak także w dokumentach strategicznych regionów o mniejszym potencjale w tym zakresie, gdzie wśród celów strategicznych brak bezpośredniego odwołania do turystyki, na poziomie zadań realizujących cel tak ogólnie sformułowany jak „podniesienie poziomu wykształcenia i rozwój kulturowy mieszkańców” pojawia się „zwiększenie możliwości korzystania z różnych form kultury, szczególnie kultury wyższego rzędu oraz sportu, rekreacji i turystyki”

[Tamże, s. 42-43]. Deklarowane w ten sposób uznanie dla regionotwórczej roli kultury i powiązanie go z konkretnymi zobowiązaniami samorządu [Tamże, s. 43], a także określenie wykorzystania oferty m.in. szlaków kulturowych jako uczestnictwa w kulturze może i powinno znaleźć odbicie w strategiach szlaków, które w ten sposób nie tylko zostają włączone w proces tworzenia regionalnej tożsamości, ale i używają argument w staraniach o rozmaite formy wsparcia ze strony władzy samorządowej na etapie swego tworzenia i funkcjonowania.

Tworząc koncepcję zarządzania szlakiem kulturowym należy koniecznie uwzględnić tzw. społeczne aspekty zarządzania przez jakość, artykułowane w tezach jego teore-

²⁸ Jedną z bardziej popularnych form regionalnych produktów turystycznych są bez wątpienia szlaki kulturowe, rozwinięte do postaci materialnej lub przynajmniej realnej, zwiększającej poziom ich komercjalizacji.

tyków [Bugdol 2003]. Chodzi w pierwszym rzędzie o zagadnienie satysfakcji klienta wewnętrznego (pracownika organizacji) oraz klienta zewnętrznego (konsumenta produktu). Ta pierwsza obejmuje zadowolenie z pracy, związane z osiągniętym stanem równowagi między potrzebami (także materialnymi) i oczekiwaniami pracownika a ich zaspokajaniem. W tym kontekście, niezależnie od uwzględnienia motywującego pracownika systemu wynagrodzeń, koncepcja zarządzania ludźmi musi być zorientowana na tworzenie takich warunków pracy, które sprawiają, że pracownicy będą wykonywali swoje zadania nie tylko efektywnie, ale i chętnie [Bugdol 2003, s. 72-73]. Satysfakcja klienta zewnętrznego powiązana jest z kolei z jakością produktu, a tę oceniać należy w dwóch kluczowych kategoriach: jakości koniecznej i jakości przyciągającej [Bugdol 2003, s. 82-83]. Jakość konieczna wyraża się w braku wad produktu (usługi), które redukowałyby satysfakcję konsumenta i w konsekwencji ograniczały konkurencyjność producenta (usługodawcy) w danym segmencie rynku, natomiast jakość przyciągająca wykracza poza minimum oczekiwań klienta i spełnia w dalej idącym stopniu jego potrzeby (najlepiej powyżej oczekiwań). Kluczową dla rozpatrywanego zagadnienia psychologiczną kategorię satysfakcji klienta dobrze opisuje tzw. model oczekiwanej niezgodności, zgodnie z którym konsumenci, opierając się na dotychczasowych doświadczeniach z użyciem różnych produktów rozmaitych marek wytwarzają indywidualne oczekiwania, które stopniowo wyznaczają ich własne standardy. Sprostanie tym standardom przez nabywany nowy produkt lub usługę nie wywołuje żadnych emocji, natomiast wyraźne przewyższenie owych oczekiwań przez jego jakość skutkuje pojawieniem się emocji pozytywnych (silnej satysfakcji). Zarówno zaistnienie jakości przyciągającej – które można rozpatrywać w kategoriach obiektywnych, wynikających z porównania funkcjonujących na danym rynku produktów i usług – jak i pojawienie się satysfakcji (rozumianej jako subiektywne odczucie, wynikające z przekroczenia indywidualnie ustanowionych, „prywatnych” standardów) powoduje zadowolenie klienta, a w konsekwencji powinno przynieść wzrost konkurencyjności produktu i jego dostawcy [Bugdol 2003, s. 83]. Przenosząc to na obszar funkcjonowania szlaków kulturowych, można zdefiniować jakość konieczną jako minimum w zakresie poziomu organizacji szlaku, obejmujące na przykład spełnienie kryteriów szlaku materialnego [Mikos v. Rohrscheidt 2010a, s. 51-57], natomiast na jakość przyciągającą składałyby się m.in. unikatowe walory kulturowe, oryginalne produkty lokalne, w tym usługi i ich pakiety, zastosowanie nowoczesnych technik ekspozycyjnych i tak dalej. Zadaniem zarządzania jest w tym kontekście z jednej strony nieustanne dbanie o dotrzymywanie standardów materialności szlaku, z drugiej umiejętne eksponowanie unikatowych walorów szlaku, ich integracja w rozliczne oferty turystyczne, inspirowanie przedsięwzięć służących kreacji nowych propozycji, nie tylko opartych na autentycznym

dziedzictwie, ale i atrakcyjnych dla turysty, a także dobrze ukierunkowana promocja jednych i drugich.

Istotną kwestią jest ustalenie kryteriów efektywności funkcjonowania szlaku, zgodnie z którymi będzie on oceniany jako system służący uczestnictwu w kulturze. Paralelnie do problemu obserwowanego w odniesieniu do często stosowanych kryteriów oceny efektywności teatru (gdzie abstrahowanie od artystycznych składników sukcesu przy wyłącznym uwzględnieniu czysto ekonomicznego wyznacznika obsadzenia miejsc na widowni jest krytykowane i uznawane za kolejną odsłonę przesądu o decydującej roli ekonomii naukowej w rozwoju uprzemysłowionej gospodarki [Bendixen 2001, s. 167]), w odniesieniu do szlaków kulturowych zlekceważenie kluczowych kwestii autentyczności miejsc i obiektów²⁹, prawidłowej tematyzacji (opierającej się na walorach uznanych za autentyczne) [Mikos v. Rohrscheidt 2010a, s. 63, 84-86, 141-142] i wpływu funkcjonowania szlaku na identyfikację kulturową odbiorców oraz poczucie tożsamości regionalnej, przy pozostawieniu jako wyznaczników oceny efektywności liczby turystów i wielkości wpływów, skutkowałoby odejściem najpierw w ocenie, a potem w definiowaniu dalszej strategii od podstawowych celów istnienia tego rodzaju organizacji. To oznaczałoby wyjałowienie samej idei szlaku kulturowego i sprowadzenie go do roli kolejnego czysto komercyjnego produktu turystycznego. Dlatego już na etapie planowania (lub przeorganizowania) szlaku należy zatroszczyć się o jasne kryteria oceny, które odzwierciedlałyby zarówno hierarchię celów, jak i realia, w których funkcjonuje dany system.

Także ze względu na swój prymarny cel, szlak kulturowy potrzebuje jasno sformułowanej misji. Ujmując to za jednym z teoretyków, misja kulturalna (inaczej definiowana jako posłannictwo) to wynik poszukiwania argumentu stanowiącego sens istnienia danej organizacji i „odpowiedź na pytanie, dlaczego jest dla niej tak ważne,

²⁹ Problematyka autentyczności kulturowej oraz jej rozumienia w kontekście turystyki kulturowej nie jest przedmiotem niniejszego opracowania. Autor zdaje sobie sprawę ze złożoności tej problematyki, rozpatrywanej w literaturze naukowej m.in. przez D. MacCannella [2002, pierwsze wydanie z roku 1976] w rozdziale 5 swojej fundamentalnej dla zrozumienia tego fenomenu książki [s. 143–169], a następnie A. Wieczorkiewicz [2008, s. 31–93], która (za T. Selwynem) rozróżnia dwa rodzaje jej znaczeń: „autentyczność gorącą” bazującą na poczuciu (trudnych do zdefiniowania) więzi międzyludzkich i „autentyczność zimną”, odnoszącą się do zestawu wiarygodnych informacji i stanowiących cechę obiektywną, która może być poddana weryfikacji [Wieczorkiewicz 2008, s. 41]. Przyjęte przez samego autora w jego pracy poświęconej analizie potencjału szlaków kulturowych pojęcie autentyczności obiektów szlaku jako ich „wiarygodnie ustalonych relacji do dziedzictwa kulturowego” [Mikos v. Rohrscheidt 2010a, s. 141], mających za podstawę wyniki badań specjalistów i potwierdzonych w literaturze naukowej, odpowiada bardziej klasycznemu pojęciu „zimnej” autentyczności. W ramach tego kryterium autentyczność odpowiada także w zupełności pojęciu „pierwotności” atrakcji kulturowych tak jak go używają Puczko i Ratz [2007 s. 133]. Bardzo szeroko problematykę autentyczności w kontekście turystyki kulturowej omawia M. Kazimierzczak [2009]. W tym miejscu wypada wskazać na te publikacje. W kontekście zarządzania kulturą pojęcie autentyczności analizują natomiast szerzej M. Kostera i M. Śliwa [2010, s. 217] w odniesieniu do rynku doznań i usług tworzonych na jego użytek.

aby ludzie współpracowali, wspólnie dążąc do osiągnięcia zakreślonego celu” [Hagoort 1996, s. 22]. Misja organizacji jest podstawą jej strategii, ponieważ jasno definiuje jej zasadnicze elementy: sens istnienia, pożądany przyszły stan, kluczowe wartości wyznawane przez organizację oraz jej podstawowe cele [Glinka, Kostera 2012, s.382]. Do misji jako konstytutywnego elementu zarządzania szlakiem odwołuje się Ł. Gawęł, przystępując do prezentacji jego ogólnej koncepcji [Gawęł 2011, s. 82-83] i prezentując jedną z jej szczegółowych odmian [2012b, s. 32], a moment ostatecznego jej zdefiniowania łącząc z etapem (i aspektem) organizowania szlaku [Gawęł 2011, s. 112]. Z braku szczegółowych opracowań odnoszących się do tego elementu zarządzania szlakiem kulturowym w fachowej literaturze, dla uzasadnienia tego postulatu i ukazania funkcji misji oraz jej znaczenia dla tworzenia koncepcji a potem funkcjonowania szlaku, można posłużyć się analizami opracowywanymi dla niektórych typów instytucji kultury. Wśród nich najbliższe realiom szlaków wydają się te odnoszące się do muzeów, których udział wśród obiektów szlaków kulturowych jest zresztą także znaczący. I tak już w pierwszym punkcie swojej listy zagadnień kluczowych dla formułowania strategii muzeów, mającej formę pytań i uszeregowanej zgodnie z pożądaną kolejnością udzielania odpowiedzi (co w jego intencji ma wyznaczać kolejne etapy tworzenia strategii instytucji), Gerald Matt [2006, s. 22] stawia pytanie: Jakie cele ma ona realizować, jak ma sformułować swoją misję kulturalną? Domaga się przy tym jasnego sformułowania *mission statement*, czyli pisemnego zdefiniowania misji. Niezbędność misji akcentuje także badaczka problematyki zarządzania muzeami, Katarzyna Barańska [2004, s. 13-28]. Ze względu na kompletność jej wywodu i jego dobre osadzenie w teoretycznych pracach na temat zarządzania kulturą, poniższa próba sformułowania podstawowych elementów misji szlaku będzie się zasadniczo opierała na przytoczonej pracy. Poszczególne postulaty, pierwotnie odniesione do muzeum, zostały przeformułowane odpowiednio do struktury szlaku, przy czym dostosowano ich przedmiot oraz adresatów. Jasno sformułowana misja werbalizuje wizję pomysłodawców i inicjatorów organizacji [Barańska 2004, s. 19], w przypadku szlaku daje tym samym orientację w jego właściwym profilu (tematyce) i wyraźnie artykułuje jego cele powstania i działania. Tworzy tym samym niezbędne podstawy dla prawidłowego sformułowania strategii zarządzania nim, od początku uświadamiając tworzącym ją cele i podstawowe kierunki działania [Barańska 2006, s. 13]. Misja, konstytuująca samoidentyfikację organizacji, jej tożsamość i wyrazistość, nie może poprzestać na ogólnikach [Barańska 2004, s. 20], musi zatem uwzględniać i wyraźnie wskazywać na te walory dziedzictwa kulturowego, które powinny być szczególnie chronione, pozostawać pierwszorzędnym przedmiotem interpretacji i niezbywalnym elementem przekazu szlaku. Patrząc od strony kulturowego otoczenia – misja szlaku winna być tak sformułowana, by od początku

zagwarantować mu rozpoznawalność na rynku usług kulturalnych, co wymaga koncentracji na unikalności eksploatowanego aspektu dziedzictwa kultury. Ma to także duże znaczenie dla uzasadnienia (współ)finansowania organizacji (w tym wypadku szlaku) przez władze publiczne, albowiem realizowana misja, odnosząca się do szczególnych walorów dziedzictwa danego obszaru jest tym właśnie, co organizacja proponuje swojemu otoczeniu w zamian za „zasilanie” (rozumiane jako dofinansowanie)

[Tamże, s. 20]. W ślad za innymi teoretykami zarządzania przytaczana autorka, zgodnie z tzw. „modelem Ashridge” definiuje konieczne składniki „silnej” misji organizacji, którymi powinny być: cel, strategia wartości i standardy zachowań. Powiązane w sposób logiczny, wzajemnie się one uzupełniają i wzmacniają, prowadząc do zdefiniowania organizacji [Tamże, s. 24]. W odniesieniu do szlaku kulturowego powinno to przynieść taki skutek, że wartości zdefiniowane w misji szlaku i przyjęte przez jego zarządzających, pracowników, partnerów (a najlepiej także przez personel poszczególnych obiektów) stają się rodzajem „wyznania wiary organizacji” a więc kluczowym elementem samoidentyfikacji jej i jej pracowników. Zadeklarowanie misji i wierność jej założeniom pomagają organizacji zachować własną tożsamość, zwłaszcza w momentach zawirowań w instytucji i jej otoczeniu, szczególnie natury politycznej lub ekonomicznej [Tamże, s. 21], co nabiera istotnego znaczenia w czasach kryzysów i w kontekście pojawiającej się wówczas konieczności redukcji środków. Wiadomo wówczas na przykład, jakie elementy szlaku muszą być finansowane bez względu na okoliczności. Z kolei w sytuacji przyjęcia modelu współpracy z partnerami komercyjnymi (a nawet komercyjnego sponsoringu niektórych elementów funkcjonowania szlaku) i związanej z tym konieczności uwzględnienia ich prywatnych interesów, założenia misji szlaku, traktowane jako warunki graniczne i uwzględnione w odnośnym porozumieniu pomagają chronić cele szlaku przed ich zdominowaniem i deprecjacją w imię interesów partnerów [Mikos v. Rohrscheidt 2013, s. 197-198]. Katarzyna Barańska pisze szerzej o czynnikach determinujących misję instytucji kulturalnej, sposobach formułowania tej misji oraz jej tworzeniu i upowszechnianiu [Barańska 2004, s. 21-28]. Stojących przed tym zadaniem w stosunku do obiektów szlaku kulturowego (nowego albo przeprojektowywanego), wypada odesłać do tej pozycji.

Co się tyczy kluczowego elementu zarządzania szlakiem kulturowym, jakim jest wytyczenie strategii jego funkcjonowania i rozwoju, punktem wyjścia mogą być dalsze wywody cytowanego już wyżej Geralda Matta [2006, s. 22-23], także odnoszące się do formułowania strategii muzeów. Można je nie tylko wprost odnieść do obiektów tego typu w przestrzeni szlaku, ale także z niewielką korektą zaadaptować do ustalania strategii samego systemu. Po podstawieniu właściwego zakresu i lekkiej

modyfikacji koniecznej ze względu na zakres i formę uczestnictwa poszczególnych autonomicznych podmiotów w szlaku kulturowym pytania konstytuujące jego strategię mogłyby brzmieć jak następuje:

- Czy cele zawarte w misji szlaku i zdefiniowane jako *mission statement*, są jasne, przyjmowane jako wiążące dla pracowników oraz (w zakresie podejmowanej współpracy) dla poszczególnych podmiotów (obiektów szlaku)?
- Czy istnieje szczegółowy plan urzeczywistniania zakreślonych celów?
- Do jakich grup odbiorców adresowana jest oferta szlaku, czy ludzie ją tworzący i dystrybuujący mają świadomość zainteresowań, motywacji, poziomu wykształcenia zwiedzających, których chcą pozyskać?
- Czy tworzone programy (muzeów innych obiektów) i poszczególne oferty lokalne (np. trasy zwiedzania, moduły edukacyjne, pakiety tematyczne itd.) są dostosowane do wybranych grup docelowych? Jak zapewnić optymalny wybór takich grup?
- Czy funkcjonujące (lub planowane) struktury zarządcze szlaku, w tym zwłaszcza model jego koordynacji, sprzyjają osiągnięciu jego celu/celów?
- Czy aktualnie istniejąca organizacja struktury zarządczej, a także relacje między nią a obiektami szlaku i innymi partnerami, sprzyja wzajemnej koordynacji poszczególnych działów i podmiotów realizujących postawione im zadania lub współpracujących w określonych zakresach?
- Czy ludzie zatrudnieni w strukturze zarządczej i w obsłudze turystów są wystarczająco wykształceni i doświadczeni, czy też konieczne jest poszerzenie/pogłębienie ich zawodowych kwalifikacji?
- Czy fizyczna przestrzeń szlaku (w tym dobór obiektów i odległości między nimi) jest odpowiednia do efektywnej realizacji jego celów i czy będzie miała pozytywny wpływ na jego atrakcyjność?

Dopiero na podstawie dobrze uzasadnionych odpowiedzi na te pytania, w dalszej kolejności należy przystąpić do doboru środków i narzędzi (m.in. sposobów konstrukcji i komponentów pakietów pobytowych, innych zestawów usług, kanałów promocji), a także modeli konkretnych ofert na miejscu i złożonych produktów, składających się na ofertę szlaku³⁰.

³⁰ Warto w tym miejscu zaznaczyć, że pierwsze dwa z wymienionych pytań wyznaczają ramy pracy Rady Programowo-Naukowej ds. Szlaku Piastowskiego. Natomiast rozdział czwarty niniejszej pracy stanowi w dużej mierze zestaw propozycji rozwiązania pozostałych powyżej wskazanych kwestii w stosunku do analizowanego w tym opracowaniu systemu. Prezentowane tam odrębnie szczegółowe rozwiązania dla rozlicznych aspektów funkcjonowania tego szlaku są próbą implementacji niniejszych wywodów do warunków działającego systemu, znajdującego się w procesie zasadniczej przebudowy.

1.2.4. Humanistyczne podejście w szczegółowych aspektach zarządzania szlakiem kulturowym

Przechodząc do konkretnych zagadnień składających się na zarządzanie szlakiem można już czerpać z bardziej szczegółowych opracowań, odnoszących się wprost do tej materii. Udaną próbą implementacji teorii humanistycznego zarządzania kulturą do dziedziny organizacji szlaków kulturowych jest niedawno opublikowana i przytaczana tu już w innym kontekście obszerna praca Łukasza Gawła [2011]. Istotnym novum, wniesionym dzięki tej analizie jest zwrócenie uwagi na szereg specyficznych elementów posiadających kluczową rolę dla funkcjonowania szlaku kulturowego, zwłaszcza modelu struktury zarządczej [s.81-87] i katalogu kompetencji menedżera szlaku [s.30-32]. W dwóch pozostałych publikacjach tego autora poświęconych problematyce zarządzania szlakami kulturowymi rozwinięta zostaje koncepcja szlaku jako środka ochrony i promocji dziedzictwa kulturowego [Gaweł 2012a], a znana z teorii zarządzania koncepcja *stakeholders* (interesariuszy), opracowana przez R.E. Freemanna [1984] zostaje dostosowana do warunków tego rodzaju organizacji [Gaweł 2012b].

Dla Gawła szlak kulturowy jest komplementarnym układem wykorzystywanym jako medium służące ochronie, kształtowaniu i zarządzaniu materialnym i niematerialnym dziedzictwem kulturowym regionu oraz łączącym je z profesjonalnie przygotowaną ofertą służącą rozwojowi turystyki kulturowej, będącej istotnym składnikiem gospodarki regionalnej i promocji dziedzictwa kulturowego. Postrzega on go jako rozbudowany układ produktów i usług kulturowych oraz turystycznych, dodatkowo wzbogaconych o różnego rodzaju aktywności. Podkreśla walory edukacyjne szlaku i jego obiektów służące w pierwszym rzędzie edukacji regionalnej, i wspierające wzmacnianie i rozwijanie poczucia tożsamości kulturowej. Dostrzega znaczenie szlaku kulturowego jako istotnego elementu kreowania kulturalnej polityki regionu, a jednocześnie jako ważny składnik realizowanych w regionie założeń marketingu terytorialnego [Gaweł 2012a, s. 11]. Owo podwójne wykorzystanie szlaku wynika z jednej strony z faktu, że odwiedzanie poszczególnych obiektów i zwiedzanie szlaku jako całości stwarza mieszkańcom regionu szanse rozwijania własnej osobowości, pasji, zainteresowań, przedkładając im rozliczne możliwości zagospodarowania wolnego czasu, z drugiej jest konsekwencja tego, że dzięki istnieniu szlaku dane miejsce staje się dla turystów częścią pewnej komplementarnej całości, dając im możliwość lepszego jej zrozumienia w wymiarze zachodzących procesów historycznych, społecznych, ekonomicznych i innych [Gaweł 2012a, s.12].

Zdaniem tego autora poziom organizacji, jaki może osiągnąć dany szlak kulturowy jest determinowany przez jakość jego struktury. Zrozumienie tego faktu przez lic-

nych gestorów polskich szlaków (co było m.in. wynikiem obserwowanej w ostatnim czasie rynkowej porażki wielu tego rodzaju projektów zarządzanych w sposób nieprofesjonalny lub zgoła pozostawionych samym sobie) poskutkowało podjęciem w wielu miejscach intensywnych działań mających na celu lepszą organizację oferty i poprawienie efektywności struktur zarządczych. W opinii przytaczanego badacza stworzenie profesjonalnego produktu jest możliwe tylko w oparciu o przemyślaną i „mocną” strukturę. Przy ustalaniu jej kształtu muszą zostać uwzględnione okoliczności mające wpływ na praktyczne wymiary funkcjonowania szlaku, wśród których Gawęł wymienia [2012a. s 14]: 1. zaangażowanie podmiotu cieszącego się niepodważalnym autorytetem, 2. stworzenie stałego budżetu umożliwiającego planowe działania zarządcze, 3. nadanie organizacji zarządzającej szlakiem statusu niezależnego, obiektywnego i bezstronnego podmiotu, 4. takie określenie jej struktury, zakresu działania i usytuowanie formalne, by miała zdolność aktywizowania i animowania działalności obiektów współtworzących szlak, 5. wyznaczenie jej zadań o charakterze integrującym wewnętrzne środowisko szlaku (jak organizowanie stałych spotkań, wdrażanie programów szkoleń itd.), 6. zlecenie jej dbałości o aspekt identyfikacji wizualnej szlaku, w tym ustanowienia jej jako dysponenta marki szlaku, jego logotypu i projektów graficznych wykorzystywanych dla publikacji odnoszących się do niego, 7. zapewnienie możliwości podejmowania przez nią działań niestandardowych oraz elastycznego reagowania na zmieniające się uwarunkowania zewnętrzne³¹, 8. stworzenie warunków umożliwiających jej integrowanie potencjalnych partnerów na rzecz działań podnoszących jakość oferty szlaku, 9. przydzielenie jej odpowiednich zasobów ludzkich, zdolnych do zarządzania rozbudowanymi projektami, 10. zapewnienie temu podmiotowi niezbędnego *know how*, umożliwiającego stałą modernizację szlaku w kierunku struktury nowoczesnej i atrakcyjnej dla odbiorcy, wreszcie 11. ukierunkowanie i przygotowanie podmiotu zarządzającego do podejmowania działań nastawionych w pierwszym rzędzie na dobro publiczne, a nie (albo najwyżej dopiero w dalszej kolejności) na zysk. Sam autor odradza przy tym powierzenie zarządzania szlakiem kulturowym podmiotom komercyjnym. W tej funkcji widzi on raczej organizacje trzeciego sektora, skupiające ludzi oddanych idei i gotowych do działania dla wspólnego dobra. W jego opinii w takich organizacjach w najwyższym stopniu występuje otwartość myślenia, kreatywność, elastyczność

³¹ W opinii autora niniejszego opracowania koniecznymi warunkami spełnienia tego postulatu są: 1. jednoczesne określenie przynajmniej ramowo okoliczności, w których zarządca jest zobligowany do podjęcia takich działań, 2. wpisanie mechanizmów uruchamiających je w statut organizacji i oraz 3. określenie procedur doboru kadry zarządzającej, szczególnie na stanowiska decyzyjne w odniesieniu do całości szlaku w taki sposób, by obsadzać je wyłącznie jednostkami kompetentnymi w zakresie zarządzania podobnymi organizacjami, znajomością materii, a przede wszystkim wykazującymi się wybitnie wykształconą cechą kreatywności.

dziania, mobilność intelektualna, gotowość do pracy nieograniczonej sztywnymi zasadami i ograniczeniami [Gaweł 2012a, s. 15].

Szczegółową koncepcję zarządzania szlakiem Łukasz Gaweł prezentuje w drugiej części swojej książkowej publikacji [2011, s. 81-150]. Wykorzystuje do tego klasyczny podział zarządzania na cztery funkcje: planowania, organizowania, przewożenia i kontrolowania, w ich ramach opisując bogaty wachlarz zadań i procesów, charakterystycznych dla szlaku kulturowego. W proponowanej strukturze kładzie nacisk na komplementarność układu wzajemnie powiązanych i rzutujących na siebie procesów oraz czynności, składających się na zarządzanie, z których wiele wykonywanych jest równolegle, a niektóre wychodzą poza teoretycznie przypisany im obszar (czego przykładem jest uwzględnienie elementów kontrolowania już na etapie planowania). Znaczącym wkładem jego analizy jest ukazanie rozlicznych obszarów działalności organizacji zarządzającej szlakiem [s. 121-122]. Szczegółowe zalecenia przytaczanego autora będą przedmiotem analizy w rozdziale 4. niniejszej pracy, a szereg z nich zostanie wykorzystanych w przedstawionej tam kompleksowej propozycji przeorganizowania Szlaku Piastowskiego.

W propozycji strategicznego zarządzania szlakiem kulturowym, korzystając ze wspomnianej wyżej klasyfikacji Freemanna, Gaweł przypomina i uzasadnia kluczowe znaczenie kilku grup zewnętrznych interesariuszy szlaku, dotychczas rzadko uwzględnianych w strategiach polskich szlaków kulturowych, jak społeczność lokalna, organizacje pozarządowe i kreatywne jednostki [Gaweł 2012b, s. 36-38]. Wzięcie pod uwagę ich potrzeb i interesów oraz włączenie ich w funkcjonowanie szlaku należy uznać za integralny element humanistycznego podejścia do zarządzania systemem tego rodzaju.

W zgodzie z wywoдем dotyczącym zarządzania sferą kultury powinny zostać bliżej określone kompetencje osób pracujących w strukturze zarządzającej szlakiem kulturowym jako zdefiniowaną przestrzeń i jednocześnie specyficznym narzędziem uczestnictwa w niej. Obok niezbędnej wiedzy z zakresu zarządzania muszą one posiadać także dobrą orientację w zakresie tematyki szlaku, a także struktury i profili tworzących go obiektów i miejsc, które w zależności od specyfiki szlaku mogą się znacznie różnić. Oprócz tego nieodzowna jest im znajomość zasad rządzących marketingiem terytorialnym, treści i metodyki edukacji regionalnej, struktury, kompetencji i modeli zarządzania jednostkami samorządu terytorialnego, wreszcie wiedza w zakresie zarządzania turystyką, w tym produktami turystycznymi [Gaweł 2011, s. 32]³².

³² Oczywiście tak znaczny zakres kompetencji niekoniecznie jest wymagany od jednej osoby, wystarczy, jeśli poszczególne wymienione komponenty posiadają członkowie zespołu kierowniczego (komórki zarządzającej) szlaku.

Wśród cech współtworzących motywację do działania u wewnętrznych interesariuszy szlaku, obok przekonania o użyteczności edukacyjnej szlaku i świadomości jego znaczenia dla popularyzacji konkretnych walorów, niezbędne jest zrozumienie celów szlaku kulturowego jako takiego i znaczenia realizowanej misji szlaku dla wzrostu świadomości kulturowej. Jak w przypadku każdej organizacji, warunkiem powodzenia przedsięwzięcia tego rodzaju będzie przekonanie członków zespołu o sensowności realizowanej strategii i konkretnych podejmowanych działań, a także zaangażowanie w ich realizację. O ile wiedzę z zakresu zarządzania i turystyki można nabyć w trakcie studiów przedmiotowych (podstawowych lub podyplomowych), to wiedza na temat samego szlaku i strategii jego rozwoju powinna być przedmiotem szkolenia przeprowadzanego na finalnym etapie jego tworzenia (w wypadku szlaków nowo tworzonych) lub regularnie dla grupy rozpoczynających pracę w strukturach systemu lub w jego obiektach (w wypadku szlaków już funkcjonujących). W cytowanej pracy poświęconej szlakom kulturowym Łukasz Gawęł szeroko analizuje i przeprowadza krytykę dostępnych w Polsce programów kształcenia, z których mogliby skorzystać menedżerowie szlaków kulturowych [Gawęł 2011, s. 25-30]. Jego wnioski nie napawiają optymizmem: choć bowiem nie brak w Polsce ani miejsc, ani programów, gdzie ta grupa ludzi mogłaby pozyskać potrzebną im wiedzę i kompetencje, to nie istnieje efektywny mechanizm zatrudniania ich w strukturach szlaków [Gawęł 2011, s. 31], ani nawet tradycja dobrych praktyk w tym względzie, co jest po części spowodowane brakiem zainteresowania ze strony decydentów wykształceniem profesjonalnej kadry [Gawęł 2011, s. 25-26]. Skutki są takie, że znakomita większość polskich systemów tego rodzaju jest zarządzana nieprofesjonalnie i w konsekwencji mało efektywnie z punktu widzenia realizacji ich głównego celu: intensyfikacji uczestnictwa turystów w kulturze.

Bieżące zarządzanie szlakiem kulturowym, określane także jako koordynacja szlaku [Mikos v. Rohrscheidt 2008a; 2009a; 2010a; 2012a] wymaga przyjęcia optymalnego modelu, jednak jego wybór powinien być zawsze poprzedzony szczegółową analizą warunków funkcjonowania danego systemu, w tym zwłaszcza profilów i statusu obiektów szlaku i składu jego partnerów. Pozwala to nie tylko uwzględnić specyfikę organizacji sfery kultury, ale umożliwia już na etapie planowania realizację części postulatów humanistycznych koncepcji zarządzania. Najczęściej występujące modele koordynacji wraz z ich zaletami i wadami prezentuje analiza autora niniejszego opracowania [Mikos v. Rohrscheidt 2012a, s. 52-57], do której powrócimy w koncepcyjnej części niniejszej pracy (rozdz. 4). Z kolei przy tworzeniu lub przebudowie podmiotu zarządczego szlaku pomocna może być propozycja zeprezentowana przez Ł. Gawęła [2011, s. 87]. Jej istotnym wkładem jest wskazanie i określenie zadań niezbędnych komórek struktury zarządczej każdego szlaku. Są nimi: 1. dział meryto-

ryczny (zarządzający informacją), 2. dział promocji i marketingu, zajmujący się także poszerzaniem oferty szlaku, 3. dział projektów specjalnych (m.in. zarządzający organizacją eventów cyklicznych) oraz 4. dział administracyjno-finansowy. Z kolei modele finansowania działalności szlaku muszą nie tylko być dostosowane do realizacji celów danego systemu, ale także wynikać z jego uwarunkowań instytucjonalnych (w szczególności ze statusu organizacji zarządzającej i rodzaju jej relacji z władzą publiczną) oraz brać pod uwagę realia panujące w danej dziedzinie kultury i na danym obszarze, m.in. możliwości pozyskiwania prywatnych sponsorów dla finansowania poszczególnych elementów działania systemu. Ten zakres zarządzania jest aktualnie przedmiotem szczegółowych badań autora niniejszej pracy, ich częściowe wyniki, odniesione szerszej grupy podmiotów (produktów turystyki kulturowej) znalazły swoje odbicie w postaci trzech modeli finansowania [Mikos v. Rohrscheidt, 2013, s. 192-199], natomiast w bardziej szczegółowej formie i odniesione do szlaków kulturowych będą opublikowane w niedługim czasie³³.

W formułowaniu koncepcji funkcjonowania poszczególnych obiektów szlaku, a także lokalnych ofert eksploatujących walory dziedzictwa zgodne z jego tematyką należy przyjąć jako naczelną zasadę dialogu z odbiorcą, który powinien być traktowany jako uczestnik kultury. Najlepiej zilustrować to posiłkując się tezami przytaczanej już Katarzyny Barańskiej, odniesionymi do eksponatów muzealnych [Barańska 2004, s. 10]. W jej opinii eksponat (w przypadku szlaku może to być cała wystawa, ale również inscenizacja, opracowana narracja lokalnej trasy tematycznej, program eventu) powinien być traktowany nie jako skończona całość, ale jako okazja i wstęp do głębszego dialogu między widzem (turystą) i tą rzeczywistością, której eksponat (wystawa, inscenizacja, narracja) jest symbolem, reprezentacją. Wymaga to takiego zaplanowania i skonstruowania przynajmniej nowych wystaw oraz odpowiednio przygotowania i urzędzenia włączanych do szlaku obiektów, by w trakcie ich zwiedzania uczestnik wyprawy po szlaku miał dostęp do rozmaitych interpretacji a także (jeśli nie zawsze, to przynajmniej często) możliwość wyartykułowania własnej opinii, wyrażenia swojego stanowiska wobec prezentowanej mu rzeczywistości. W ten sposób (podobnie jak muzeum w wywodzie Barańskiej, 2004, s. 37) szlak kulturowy z jego rozlicznymi ofertami może się stać miejscem spotkania i dialogu ze światem innym niż własny świat odbiorcy, a tym samym okazją do skonfrontowania wartości i wzbogacenia nie tylko jego wiedzy, ale i własnej osobowości, a w przypadku

³³ Propozycje szczegółowych rozwiązań dla Szlaku Piastowskiego, oparte na jednym z trzech modeli finansowania produktów turystyczno-kulturowych [Mikos v. Rohrscheidt, 2013, s. 192-199] zostaną przedstawione w ostatnim rozdziale niniejszej pracy, natomiast koncepcje finansowania szlaków kulturowych oparte o analizy funkcjonujących systemów polskich i zagranicznych ukazać się w ramach artykułu w czasopiśmie „Ekonomiczne Problemy Turystyki”.

mieszkańca danego regionu czy kraju – także pogłębiania własnej tożsamości. Takie założenie (i jego realizacja, inspirowana i kierowana przez zarządzających szlakiem) skutkują reorientacją szlaku w kierunku otwartości na otoczenie: jego zadaniem staje się już bowiem nie tylko pokazywanie, ale i „pytanie” konsumenta, i to nie tylko o to, co ten „chce zobaczyć”, ile raczej „jakie on ma pytania?”, „co ważne dla niego w tym, co widzi (przeżywa)?” „jak on sam to widzi?” czy „co owo oglądane (przeżywane, doświadczane) w nim zmienia?”.

W tym kontekście należy zwrócić uwagę także na zatrudnionych w strukturach szlaku i jego obiektów. Pracownik muzeum jako powtórny twórca (re-kreator) dzieła, jako jego interpretator, wybiera, wystawia otacza i opisuje eksponaty [Barańska 2004, s 11]. Odpowiednio pracownik szlaku realizujący zadania koncepcyjne, jest twórcą oferty złożonej, a tym samym także interpretatorem jej składników, nadającym im taką a nie inną funkcję, znaczenie a pewnej całości, wymowę w określonym kontekście. Podobną rolę, realizowaną jednak z użyciem innych narzędzi, odgrywa obsługujący turystów jako przewodnik i pilot wyprawy po szlaku. Zdaniem piszącego te słowa jest to rola trudna do przecenienia, od której zależy nie tylko atrakcyjność i w konsekwencji powodzenie komercyjne danego produktu, ale także zachowanie lub zagubienie celów szlaku na poziomie szczegółowych elementów jego funkcjonowania – dodajmy, tych właśnie, z którymi styka się odbiorca. Dlatego przy określaniu strategii rozwoju szlaku, stanowiącej jedno z kluczowych zadań zarządzania powinno się stale mieć na uwadze najnowsze teorie interpretacji dziedzictwa, sprawdzone gdzie indziej modele prezentacji treści, zyskujące popularność techniki i metody realizacji osobistego zetknięcia odbiorcy z prezentowanym mu dziedzictwem kulturowym. Zadaniem zarządzających zarówno szlakiem jak i muzeami oraz innymi obiektami w jego strukturze jest więc zrobić wszystko, by ich pracownicy merytoryczni zostali starannie przygotowani w zakresie eksploatowanego przez szlak aspektu dziedzictwa kulturowego, tematyki szlaku i jego misji, grupy zasobów (walorów) kulturowych o wiodącym w tym kontekście charakterze, by znali podstawowe teorie interpretacji dziedzictwa kulturowego i metody oraz narzędzia przekazu (w tym problematykę rozmaitych narracji historycznych) oraz by zostali wyczuleni na swoją odpowiedzialność za dziedzictwo. W szczególności należy podjąć pracę z tymi, którzy pozostając poza instytucjami służącymi bezpośrednio lub w pierwszym rzędzie udostępnianiu walorów kulturowych (jak muzea) uczestniczą w tworzeniu i przekazie oferty szlaku (przewodników poza obiektami, organizatorów i twórców programu cyklicznych eventów szlaku, duchownych i pozostały personel obiektów sakralnych, innych).

W procesie tworzenia strategii szlaku potrzebne jest zrozumienie dla potrzeby budowania indywidualnej oferty, a w niej samej – wyraźne ukierunkowanie na włączanie

takich elementów w ofertę szlaku i poszczególnych obiektów. Wynika to nie tylko z zasadniczo indywidualnego charakteru uczestnictwa w kulturze, ale i z dokonującej się także w Polsce indywidualizacji zachowań turystycznych [Artyszuk 2010, s. 8-9]. Szlak kulturowy, przynajmniej w pewnym zakresie, jest rodzajem rynku doznań (czyli produktów dostosowanych do klienta), a co najmniej przestrzenią doznań, gdzie klient, oczekujący zaspokojenia swoich indywidualnych potrzeb, dokonuje zakupu na podstawie własnego wizerunku, nie kierując się już tylko kryteriami ceny czy jakości, ale także autentyczności [Kostera 2012, s. 368]. Konsekwencja uznania tego faktu powinno być dostosowanie jego oferty do potrzeb indywidualnego klienta, który z wizyty w obiektach szlaku lub udziału w jego eventach powinien wynieść indywidualne wspomnienia i radość, choć w każdym przypadku będą one zapewne miały nieco inny kształt. Często bowiem typ klienta preferującego ten typ usługi bardziej niż na wartości i zasoby jest zorientowany na symbole i wrażenia. Wymaga to innego podejścia pracowników szlaku lub jego obiektów do organizacji ich oferty, a także do relacji z samym klientem, wykorzystującego elementy miękkiego zarządzania, charakterystycznego bardziej do zarządzania sztuką [Kostera 2010, s. 216] niż przedsiębiorstwem produkcyjnym czy nawet sformalizowaną instytucją. Także aranżowanie przeżyć dla klientów, najlepiej takich, w których oni sami mogliby aktywnie uczestniczyć, wymaga innego rodzaju wysiłku twórców czy nawet dystrybutorów takiej oferty, który można uznać za bliższy aktorstwu niż produkcji. Jego typową cechą jest tematyizacja przeżyć [Kostera 2012, s. 371], co zresztą dobrze harmonizuje z wymaganiem tematyizacji szlaku kulturowego [Mikos v. Rohrscheidt 2010a, s. 54-55] i wpływa na jej pogłębienie. W miarę wzrostu skali indywidualizacji (ale także poziomu zamożności turystów) w niektórych szczególnych miejscach szlaku, dysponujących odpowiednim potencjałem w postaci unikatowej historii lub możliwości zetknięcia z niepowtarzalnym walorem w atmosferze spokoju i pewnej intymności można rozważyć nawet wprowadzenie produktów opartych na zasadach działania tzw. rynku transformacji [Kostera 2012, s. 366-367]. Takie działania są (niejedynymi zresztą) formami spełnienia postulatu indywidualizacji oferty, sformułowanego kilka lat temu w odniesieniu do rozwijania oferty szlaków kulturowych [Mikos v. Rohrscheidt 2010a, s. 66-67]. Rozpoznanie potrzeb turystów, inwentaryzacja przestrzeni szlaku pod kątem potencjału organizowania tego rodzaju doznań, przygotowanie odpowiednich produktów i ich promocja – powinny stać się jednym z zadań nowoczesnego zarządzania szlakiem kulturowym, przy czym można spodziewać się, że już w niedalekiej przyszłości ten segment zyska na znaczeniu.

Jeśli szlak kulturowy ma aspirować do stania się osią turystyki kulturowej w danym regionie [Gaweł 2012a, s. 10-11] i jednocześnie być jego (profesjonalnie zorganizowanym) markowym produktem turystycznym [Mikos v. Rohrscheidt 2012a, s. 58]

konieczne jest zagwarantowanie podstawowych funkcji obsługi turystycznej w jego obiektach. O regułach, standardach obsługi turystów i wymaganiach wobec obiektów uczestniczących w szlaku pisze Ł. Gawel [2012a, s. 7-10] podając ich obszerny katalog i proponując uzależnienie od ich spełnienia jako kryterium kategoryzacji obiektów w ramach szlaku. Także część kryteriów formułowanych w odniesieniu do organizacji szlaków przez autora niniejszej pracy, w szczególności wymaganie komunikacyjnej i faktycznej dostępności obiektów [Mikos v. Rohrscheidt 2010a, s. 54] dotyczy tego niezbędnego minimum. Ten sam autor (w kontekście poprawy dostępności obiektów sakralnych na szlakach kulturowych) sformułował także postulat uzależniania wpisywania obiektów na listę uczestników szlaków od zawarcia umów lub podpisania innego rodzaju aktów akcesyjnych, które zawierałyby jednolite dla całego szlaku standardy udostępniania dla turystów w określonych czasach i w ustalonym trybie. Takie zasady powinny być podawane do wiadomości turystów m.in. na oficjalnym portalu szlaku lub trasy, na turystycznym portalu miejscowości lub obszaru, a także w publikowanych przewodnikach turystycznych. [Mikos v. Rohrscheidt 2011g, s. 55]. Dla zagwarantowania realizacji standardów współczesnej turystyki przez szlak kulturowy oraz w interesie korzystających z niego integralnym elementem na etapie jego organizowania lub przebudowy winno się stać opracowanie porozumienia o uczestnictwie w szlaku. Może ono obejmować znacznie szerszy zakres zobowiązań, uznanych za konieczne dla prawidłowego funkcjonowania systemu, a zawieranie go powinno być podstawowym – obok spełnienia wymagań zgodności z profilem szlaku – warunkiem przyjmowania danego obiektu na listę. Stworzenie i stosowanie tego instrumentu jest zadaniem organizacji zarządczej, a poszczególnymi elementami jego realizacji powinny być porozumienia zawierane z administratorami obiektów uczestniczących w szlaku i do niego włączanych, bieżący monitoring ich wykonywania i szczegółowo opracowane procedury interweniowania oraz egzekwowania naprawy w wypadkach, gdy nie są one respektowane.

Koncepcje zarządzania przez jakość słusznie podkreślają rolę kontaktu z odbiorcami produktów i usług, służącej w pierwszym rzędzie ocenie stopnia zaspokojenia ich potrzeb. Proponowane są rozliczne metody pomiaru ich satysfakcji [Bugdol 2003, s. 84-88]. Spośród nich, do potrzeb zarządzania szlakiem kulturowym najbardziej nadają się 1. badania ankietowe (przeprowadzane w obiektach szlaku na etapie jego konstrukcji lub modyfikacji, a potem w regularnych odstępach czasu), 2. monitoring opinii wyrażanych przez turystów w różnych formach (w księgach obiektów, na forach internetowych, w kontaktach z komórkami zarządczymi obiektów i szlaku, w rozmowach z personelem), w tym w szczególności skarg i innych ocen negatywnych oraz 3. Konsultacje z pracownikami i partnerami szlaku, realizowane w ramach określonej struktury lub z użyciem wyraźnie wskazanych kanałów komunikacji.

W przedstawionej w ostatnim rozdziale niniejszej pracy propozycji kompleksowej przebudowy Szlaku Piastowskiego powyższe postulaty zostaną uwzględnione w całości lub w zasadniczej części, na ile pozwalają na to uwarunkowania tego konkretnego systemu.

1.3 Szlak Piastowski – prezentacja systemu

1.3.1 „Stary” Szlak Piastowski

W swej dotychczasowej strukturze (do roku 2011) szlak, zlokalizowany w województwach wielkopolskim i kujawsko-pomorskim, łączył kilkadziesiąt miejscowości i obiektów, położonych na terenie pomiędzy Poznaniem i Wrześnią z jednej strony oraz Kruszwicą, Inowrocławiem i Żninem z drugiej. Oś główną szlaku stanowiły najważniejsze drogi łączące miejscowości z jego kluczowymi obiektami: Poznań, Ostrów Lednicki, Gniezno, a dalej Strzelno, Kruszwicę i Inowrocław. Liniowo rozciągnięta przestrzeń tej podstawowej osi szlaku (Poznań - Ostrów Lednicki - Gniezno - Kruszwica), a prawdopodobnie także jego południowej odnogi (Gniezno - Grzybowo – Giecz - Poznań) odtwarzała historycznie potwierdzone regularne przemieszczanie się władców piastowskich oraz ich otoczenia między głównymi ośrodkami administracji państwa i jednocześnie kluczowymi obiektami obronnymi, które w ten sposób w okresie tworzenia się państwowości wspólnie pełniły funkcję kolektywnego ośrodka stołecznego.

Podstawowym czynnikiem generującym potencjał Szlaku Piastowskiego w dziedzinie turystyki (chronionego) dziedzictwa kulturowego był i pozostaje sam profil tematyczny, posiadający znaczną siłę przyciągania dzięki silnemu zaakcentowaniu treści związanych z genezą kręgu kulturowego, państwa i - pośrednio - także narodu. Cztery obiekty formalnie uznane za Pomniki Historii, znajdujące się w dotychczasowych zestawieniach obiektów Szlaku Piastowskiego, tworzonych przez autorów publikacji krajoznawczych, stanowiły jego powszechnie znane wizytówki i jednocześnie dodatkowe magnesy turystyczne. Ich obecność wpłynęła na wysoką ocenę potencjału w dziedzinie turystyki chronionego dziedzictwa kulturowego. Treści, które wyznaczają profil szlaku są w Polsce jednoznacznie pozytywnie kojarzone, a także powszechnie znane, ponieważ nauczają się ich na podstawowym poziomie edukacji, obejmującym wszystkich. Z tego ostatniego faktu wypływają także bardzo znaczne walory edukacyjne systemu, które z kolei warunkują istnienie wielkiego potencjału przyciągania licznej grupy konsumentów, realizujących wyprawy turystyki szkolnej i imprezy turystyczne w tamach pozaszkolnej turystyki edukacyjnej. W tym aspekcie poważny atut systemu – zwłaszcza z punktu widzenia współczesnej edukacji – stanowiło kilka znaczących placówek muzealnych, w ostatnim czasie lepiej zorganizowanych i wyposażonych, aktywnych w dziedzinie wystawiennictwa oraz własnej

promocji, eksponujących już to treści kulturowe związane bezpośrednio z tematyką szlaku (m.in. w Gnieźnie, Pobiedziskach, Poznaniu, na Lednicy, w Grzybowie i Gieczu) już to powiązane z innymi aspektami kultury (w Biskupinie, Swarzędzu, Dziekanowicach, Uzarzewie, Wenecji, Chabsku i in.). W ten sposób – pomimo wyraźnej przewagi wśród obiektów szlaku zabytkowych kościołów częściowo spełnione było stawiane współczesnym szlakom tematycznym wymaganie różnorodności obiektów [Becker, Steinecke 1997, s.108; Mikos v. Rohrscheidt 2010a, s. 64].

Szlak prezentował ponadto miejsca, obiekty i wydarzenia, związane z legendami założycielskimi polskiej państwowości (wątek początków dynastii Piastów), a także z historycznym plemiennym państwem polańskim. Z kolei takie obiekty szlaku jak najstarszy polski kościół katedralny (w Poznaniu), najstarsze sanktuarium (św. Wojciecha) i jednocześnie pierwsza siedziba metropolitalna, a potem prymasowska w Gnieźnie, jak i obiekty związane z początkami polskiego monastycyzmu (Trzemeszno, Mogilno, Strzelno) nadawały mu (zupełnie jednak nie wykorzystywany) walor potencjalnej destynacji turystyki religijnej. Ponadto do szlaku zaliczały się inne obiekty historyczne (jak rekonstrukcja prehistorycznej osady w Biskupinie) oraz cenne pod względem architektonicznym, jak kościoły Inowrocławiu, Gąsawie, Kościelcu czy Pakości, pałace w Lubostroni i Czarniejewie, skansen w Dziekanowicach.

Autentyczność szlaku, mająca kluczowe znaczenie dla jego atrakcyjności w kręgach turystów motywowanych i zainteresowanych kulturowo, pozostawała poza wszelką wątpliwością: przesądzała o niej przewaga ilościowa obiektów oryginalnych (czyli atrakcji o charakterze pierwotnym, reprezentujących rzeczywistą wartość świadectwa kulturowego) nad wtórnymi (jak muzea powstałe poza miejscem wytworzenia eksponatów, obiekty czysto symboliczne) oraz wykreowanymi dla potrzeb turystyki (jak wystawy nie gromadzące autentyków, obiekty rozrywkowe), posiadającymi w przypadku szlaków tematycznych funkcje uzupełniające.

Tematyczne krzyżowanie się w poszczególnych obiektach szlaku wątków wspomnianych form turystyki kulturowej (chronionego dziedzictwa kulturowego, religijnej i pielgrzymkowej, edukacyjnej) a także turystyki archeologicznej (Giecz, Biskupin, Ostrów Lednicki, Grzybowo), regionalnej (m.in. Poznań, Września, Żnin), turystyki żywej historii (Biskupin, Gniezno, Lednica, Biskupin, Grzybowo), turystyki miejskiej (Poznań) czy kulturowo-przyrodniczej (Muzeum Łowiectwa w Uzarzewie, parki krajobrazowe: Lednicki, Powidzki i Nadgoplański, ZOO i Palmiarnia Poznańska, inne tereny) mogło także potencjalnie budzić zainteresowanie zwiedzaniem szlaku ze strony osób zainteresowanych tymi formami turystyki kulturowej – czego jednak, jak potwierdziło relacjonowane badanie, nie wykorzystywali ani twórcy oferty szlaku, ani touroperatorzy. Jednak z drugiej strony wielość ofert odpowiadających

formom w mniejszym stopniu, a nawet w ogóle nie powiązanych z profilem szlaku, jak kulturowej turystyki wiejskiej (w tym kultury ludowej i budownictwa ludowego - WPE w Dziekanowicach, skansen pszczelarski w Swarzędzu), turystyki obiektów techniki (Muzeum Kolei Wąskotorowej w Wenecji, parowozownia w Gnieźnie) przyciągając kolejnych turystów, mogła też prowadzić do rozwodnienia wyrazistej tematyki systemu. Wiązał się z tym poważny problem braku konsekwencji w zachowaniu tzw. właściwej tematykacji, powodującej utratę atrakcyjności w oczach znacznej grupy turystów [Puczko-Ratz 2007, s.131-146; Steinecke 2007, s.34nn; Mikos v. Rohrscheidt 2008a, s. 293nn; 2010 s.54n]. Z kolei obecność w przestrzeni szlaku miejscowości stanowiących ośrodki innych rodzajów turystyki, w tym zdrowotnej (Inowrocław) i eventowej (Poznań) mogła skutkować pobudzeniem zainteresowania szlakiem i jego propozycjami w grupie turystów korzystających z tych ofert.

Opisywana struktura Szlaku Piastowskiego była rezultatem długiego rozwoju, w tym także licznych zmian przestrzennych, jednak jako identyfikowana oferta jest on jednym z najstarszych polskich szlaków tematycznych³⁴, dedykowanych na dziedzictwo kulturowe. Stanowił na pewno nie tylko utrwalony element kultury regionalnej, a w pewnej mierze symbol Wielkopolski i Kujaw³⁵, ale był także bezpośrednio i pośrednio pracodawcą dla pewnej grupy ludzi. Do niedawna był także powszechnie uznawany za najpopularniejszy w kraju system tego rodzaju. Wiele wskazuje jednak na to, że dziś jest to raczej już tylko utrzymująca się powszechna opinia, w pewnym sensie echo dawnej renomy szlaku, odwiedzonego w młodości przez setki tysięcy Polaków. Nie potwierdzają jej już fakty: wielkość ruchu turystycznego czy częsta obecność w programach wycieczek najważniejszych krajowych i przyjazdowych touroperatorów. Fakt ten – obok stwierdzonej badaniem słabości oferty – stał się jedną z przyczyn podjętej reorganizacji.

³⁴ Pierwszeństwo w tym zakresie należy się jednak Szlakowi Orlich Gniazd - znany krajoznawca, Kazimierz Sosnowski, ogłosił jego projekt w artykule „Jurajski Szlak Orlich Gniazd” [Por. Sosnowski 1948, s.122-129], a wytyczył go w terenie w roku 1950 – i tę datę można uznać za moment narodzin pierwszego szlaku kulturowego w pełni określonego przestrzennie. Natomiast szlaki przyrodnicze, w tym w szczególności górskie były na ziemiach polskich wytyczane i znakowane już w II połowie XIX wieku.

³⁵ Jednym z wielu dowodów postrzegania całego regionu przez pryzmat popularnego przez dziesięciolecia szlaku i prezentowanego przez niego dziedzictwa może posłużyć choćby opracowana w roku 2012 w oparciu o najbardziej rozpowszechnione śląskie stereotypy humorystyczna mapka Polski widzianej oczyma Ślązaków, na której północno-wschodnia część Wielkopolski i historyczne Kujawy zostały określone jako tereny zamieszkania „pra-pra-pra-pra goroli”, czyli przodków wszystkich Polaków. Por. www.wykop.pl/ramka/1054809/mapa-polski-wedlug-slazakow (dostęp: 20 marca 2012).

1.3.2. Ruchome dziedzictwo – geneza i historyczne zmiany przestrzeni Szlaku Piastowskiego

Z uwagi na fakt, że zarówno historia państwa wczesnopiastowskiego, jak i dzieje poszczególnych obiektów Szlaku Piastowskiego były już przedmiotem licznych obszernych publikacji naukowych, dla uniknięcia powtórzeń zrezygnowano tutaj z szerszej prezentacji tych aspektów. Dlatego w odnośnych fragmentach ograniczymy się tylko do zasygnalizowania kluczowego znaczenia kwestii historycznych tak dla uznania autentyczności kulturowej poszczególnych obiektów lub miejscowości szlaku, jak i dla spełnienia kryterium ich uzasadnionej tematyzacji, odsyłając do wspomnianych opracowań.

W kontekście braku opracowań naukowych na temat pierwotnych koncepcji szlaku oraz dawniejszych etapów jego rozwoju, a także w sytuacji nieistnienia oficjalnie ustalonej i zatwierdzonej listy obiektów szlaku przed rokiem 2011 oraz niemal zupełnego braku dokumentacji odnoszącej się do kryteriów i procedur kształtowania kolejnych zestawień obiektów (a w rezultacie także struktury przestrzennej szlaku), podstawową metodą dla ustalenia kolejnych etapów rozwoju szlaku będzie analiza układu i treści kolejnych przewodników po szlaku. Ponieważ w okresie przed rokiem 1989 przewodniki w większości wydawane były bezpośrednio lub autoryzowane za pomocą wprowadzeń przez oficjalne instytucje i organizacje, kierujące tworzeniem regionalnych programów turystycznych lub wprost opiekujące się szlakiem, można traktować te opracowania jako wiarygodne źródła dla określenia celów zakładanych na etapie koncepcji i tworzenia Szlaku, jego przebiegu i struktury, a tym samym także pochodnej wobec niej przestrzeni. Takie samo znaczenie należy przypisać wywodom ich autorów, dotyczącym prezentowanej przez nich propozycji, w tym określenia tras i wyboru obiektów dla zwiedzania. Te źródła podstawowe zostały (na prawach eksperckiego komentarza) w kilku miejscach uzupełnione częściowo opublikowanymi lub specjalnie pozyskanymi wypowiedziami osób, które uczestniczyły w organizacji i popularyzacji oferty szlaku, na ile były one dostępne.

W braku źródeł poświadczających jakiekolwiek formalne ustanowienie Szlaku Piastowskiego i ustalenie jego przebiegu lub listy obiektów, najlepszym sposobem na ukazanie zmian koncepcji tego systemu wydaje się być przedstawienie kolejnych wersji jego proponowanej przestrzeni i tras, potwierdzonych przez ilustrujące je schematy i/lub mapki, zamieszczone przez samych autorów w ich publikacjach. Będzie im towarzyszył komentarz, zwracający uwagę na dokonywane zmiany, dodatkowe elementy obecne w koncepcjach (np. istnienie lub nieistnienie hierarchizacji obiektów) oraz na realizowane w odnośnym okresie projekty zagospodarowywania turystycznego przestrzeni szlaku lub (wycinkowe) badania naukowe jej dotyczące. Zarys historii Szlaku Piastowskiego zaprezentowany poniżej odwoła się wprawdzie

do pierwszych uchwytnych świadectw turystyki ukierunkowanej na dziedzictwo piastowskie w przestrzeni szlaku, jednak będzie skoncentrowany na kolejnych koncepcjach szlaku, odpowiadających im listach jego obiektów, układzie przestrzennym i wytyczanych trasach, a także na przyczynach i zakresie zmian dokonujących się przez dziesięciolecia. Na tym tle zostaną następnie ukazane cele podejmowanej aktualnie reorganizacji szlaku i podstawy rekomendowanych zmian.

1.3.2.1. „Prahistoria” szlaku i koncepcja Jana Kilarskiego

Tematycznie dedykowane podróże śladami dziedzictwa Piastów w Wielkopolsce są udokumentowane od roku 1913³⁶, jednak pierwszy okres ich szerszej popularyzacji nastąpił w latach międzywojennych, począwszy od roku 1925, kiedy to uroczyscie obchodzono w Gnieźnie 900-lecie koronacji Bolesława Chrobrego. Wizyta prezydenta RP, Ignacego Mościckiego i prymasa kardynała Augusta Hlonda na Ostrowie Lednickim w roku 1934 przyczyniła się do popularyzacji tego miejsca i jego pojawienia się w (wówczas jeszcze nie spisany) „kanonie” programów piastowskich wycieczek. Z kolei otwarcie na wyspie schroniska turystycznego, prowadzonego przez Polskie Towarzystwo Krajoznawcze³⁷, a także praktyka okresowego wprowadzania przez kolej państwowe ulg przejazdowych dla turystów były ważnymi czynnikami wpływającymi na poważny wzrost liczby odwiedzających ten i pobliskie obiekty, w tym pojawienie się tu – obok wędrującej po tych terenach liczniej już od roku 1925 młodzieży zorganizowanej w organizacjach skautingowych, patriotycznych i kołach krajoznawczych – także pierwszych nie zmotoryzowanych turystów indywidualnych. Jeśli nie liczyć - nie potwierdzonych źródłowo - relacji o funkcjonowaniu terminu „szlak piastowski” jako potocznego określenia traktu prowadzącego w stronę Wielkopolski (w tym do Poznania i dalej do Gniezna) przez mieszkańców zachodniej części Dolnego Śląska już od początku XVIII wieku³⁸, to najstarszym namacalnym śladem³⁹ użycia tej nazwy jako własnej dla konkretnej trasy jest

³⁶ Por. Wysocka, Kwiczala 1968, s. 5. Obok zwrócenia uwagi na bliską już setną rocznicę tych pierwszych wycieczek warto zaznaczyć, że organizowano je w ramach działalności powstałego właśnie poznańskiego Towarzystwa Krajoznawczego (od grudnia 1919 oddziału PTK) i zaczynały się od zwiedzania Ostrowa Tumskiego.

³⁷ O schronisku szkolnym i jego roli więcej w przewodniku Kilarskiego [1938, s. LIV]

³⁸ Por. Rozmowa z B. Rzykim, *Przewodniczącym OT Szlak Piastowski*, „Turystyka Kulturowa” Nr 4/2009, www.turystykakulturowa.eu/?id=place&nr=6. To określenie miało odnosić się do dłuższej trasy, pokrywającej się ze znaną wcześniej tzw. „polską” odnogą pielgrzymiej Drogi Św. Jakuba, prowadzącą od okolic Głogowa przez Wschowę, Leszno i Lubiąż do Poznania i dalej - przez Murowaną Goślinę - przynajmniej do Gniezna.

³⁹ Świadectwem stosunkowo młodej metryki nazwy „szlak piastowski” jako pojęcia używanego w turystyce jest jej nieobecność w obszernym „Ilustrowanym przewodniku po Poznańskim” M. Orłowicza, wydanym w roku 1920 i konsultowanym m.in. przez J. Kilarskiego. Choć autor opisuje (na s. 94-106) zarówno trasę Poznań – Gniezno, uwzględniając na niej nawet Ostrów Lednicki (s. 95-96), a następnie (na s. 112-117) trasę Gniezno-Toruń (z uwzględnieniem zabytków Trzemeszna, Mogilna i Ino-

wydany pod koniec okresu międzywojennego przewodnik Jana Kilarskiego [1938], proponujący wyprawę tematyczną „piastowskim szlakiem”⁴⁰ i wyliczający obiekty związane z dziedzictwem piastowskim. Według określenia autora „piastowski szlak” to „kraina najdawniejszych naszych dziejów. Ciągnie się wąskim pasem od Warty poprzez Gopło po Wisłę” (s.73) – co warto podkreślić, bo taki sposób opisu świadczy o nowatorskim wówczas, bo przestrzennym, a nie tylko punktowym rozumieniu szlaku turystycznego. Tym terminem Kilarski opatruje następnie zestawioną przez siebie propozycję wycieczki⁴¹ na trasie Poznań (s. 73 - punkt wyjścia) – Pobiedziska (s. 74) – Jezioro Lednickie (s. 75) - Gniezno (s. 75-85) – Trzemeszno (s. 88-89) – Mogilno (s.89-90) – Inowrocław (s. 92-96) – Kruszwica (s. 97-99) - Strzelno (s. 100-101 – punkt końcowy, **por Ryc. 1**). Obszerność tego opisu, dokładne oznaczenie trasy i podawanie historycznych opisów obiektów proponowanych do zwiedzania, pozwala uznać publikację Kilarskiego za pierwszy fachowy opis Szlaku Piastowskiego, z określeniem jego obiektów i przestrzeni, a także z prawidłowo uzasadniającą go tematyzacją.

Ryc. 1. Propozycja „szlaku piastowskiego” według opisu J. Kilarskiego z 1938 r.



Źródło: opracowanie własne na mapie z okresu na podstawie Kilarski 1938, s. 73-101)

wrocławia), oraz (na s. 118-123) trasę Witkowo-Kruszwica (z uwzględnieniem Strzelna), nigdzie w tych opisach ten termin nie jest używany. Brak wspomnienia o tej trasie czy choćby propozycji tematycznej w tak szczegółowej publikacji krajoznawczej byłby trudny do wyobrażenia, gdyby już wówczas była ona w użyciu przynajmniej w kręgach krajoznawców.

⁴⁰ Por. Kilarski 1938, s. 73-102. To wyrażenie określające obszernie opisaną wycieczkę z podaniem pełnej trasy, jest jednocześnie tytułem rozdziału III jego przewodnika, którego treść w całości wypełnia opis. Poza miejscowościami opisanymi w ramach tego rozdziału Kilarski ani razu nie używa terminu „szlak piastowski”, choć (w innym rozdziale) opisuje także obszernie wycieczkę po Pałukach, obejmującą Żnin, Lubostroń, Biskupin, Wenecję, Gąsawę, Kościelec, Barcin i Pakość, z krótkim wspomnieniem Marcinkowa Górnego (s. 145-154). Wynika z tego, że w tym okresie tamta trasa nie była uznawana za „piastowską” ani związaną z właściwym szlakiem tak właśnie określanym.

⁴¹ W tej postaci, jako opublikowana w literaturze fachowej ściśle wyznaczona i opisana (czyli uzasadniona tematycznie) trasa tematyzowanej wycieczki, „szlak piastowski” w wersji J. Kilarskiego także dziś byłby uznany za ofertę w zasługującą na miano szlaku, jednak szlaku wirtualnego, czyli o najniższym stopniu organizacji. [por. Mikos v. Rohrscheidt 2010a, s. 57-58].

1.3.2.2. Koncepcja „milenijna” (1960-1966) i początki zagospodarowania turystycznego

Najwcześniejsze świadectwa ożywienia ruchu turystycznego na Szlaku Piastowskim po ostatniej wojnie dotyczą końca lat pięćdziesiątych ubiegłego wieku, kiedy to w ramach m.in. poznańskiego PTTK zaczęto znowu organizować grupowe wycieczki na jego trasie, zgodnej z przewodnikiem Kilarского⁴². Jednak swój renesans jako zorganizowana przestrzeń tematycznych wycieczek Szlak Piastowski przeżył na początku lat sześćdziesiątych ubiegłego wieku. Na przedpolu przygotowywanego jubileuszu 1000-lecia Państwa Polskiego i w ramach działalności komisji jego obchodów⁴³ sformułowano ofertę zwiedzania wybranych miejsc w ówczesnych województwach poznańskim i bydgoskim, czy to powiązanych tematycznie z Piastami czy po prostu posiadających większą atrakcyjność turystyczną. Tym razem jednak, dzięki zebraniu i zestawieniu informacji o usługach przewodnickich, noclegach i lokalnej gastronomii, wskazówek dotyczących sieci połączeń oraz lokalizacji przystanków komunikacji zbiorowej, a nawet serwisów obsługi i napraw samochodów oraz wytyczeniu i oznaczeniu tras w terenie⁴⁴ można mówić już o pojawieniu się konkretnej oferty w formie systemu zorganizowanego zwiedzania, czyli szlaku jako ściśle określonego przestrzennie systemu eksploatacji turystycznej. Świadectwem tego jest przewodnik wydany w roku 1960 pod auspicjami Wojewódzkiego Komitetu Frontu Jedności Narodu w Bydgoszczy [Dzianisz, Umiński 1960, s.5-6]. Przywołana pozycja wyraźnie przy tym artykułuje cele owego przedsięwzięcia. Wśród nich – obok oczywistych aspektów edukacyjnych i związanych z zagospodarowaniem czasu wolnego – jest także element ideologiczny: ukazanie i zaakcentowanie rozmachu podejmowanych przedsięwzięć ówczesnej władzy w kulturalnym i gospodarczym rozwoju tych obszarów oraz sukcesów odnotowywanych na tym polu, w tym zarówno odnoszących się do sfery niematerialnej i nawet symbolicznie powiązanych z tematyką szlaku (jak liczne „szkoły tysiąclecia”) jak i zaspokajających materialne potrzeby konkretnych inwestycji (jak obiekty przemysłowe związane z przetwarzaniem wapna). Niezależnie od intencji, uwzględnienie tych aspektów i niejako wpisanie ich w strategię ideologiczną umożliwiło priorytetowe traktowanie projektu o charakterze turystyczno - kulturowym i realizację szeregu inwestycji lokalnych

⁴² Włodzimierz Łęcki potwierdza, że pierwsze zlecenia dla przewodników grup wycieczkowych na „Szlak Piastowski” pojawiły się w roku 1957. Były to wyprawy na „osi Kilarского”, czyli z Poznania przez Ostrów Lednicki, Gniezno, Trzemeszno, Mogilno, Strzelno, Kruszwice po Inowrocław [Rozmowa, W. Łęcki 2012].

⁴³ Koncepcja z roku 1960 była przedmiotem prac dwóch gremiów krajoznawców w obu stolicach województw: Bydgoszczy i Poznaniu, noszących nazwy Sekcji Turystyczno-Krajoznawczych Komitetu Obchodów Tysiąclecia Państwa Polskiego przy Wojewódzkich Komitetach Frontu Jedności Narodu.

⁴⁴ Trasę szlaku oznaczono w roku 1960 i 1961 za pomocą przydrożnych tabliczek z białym piastowskim orłem na czerwonym tle, posiadającym wpisaną na piersi liczbę 1000.

koniecznych dla jego funkcjonowania. Przestrzeń Szlaku Piastowskiego, zaproponowana na podstawie konsultacji środowisk krajoznawców województw poznańskiego i bydgoskiego, a potem utrwalona w treści wspomnianego przewodnika Działanisa i Umińskiego, pod wpływem znanych w międzyczasie wyników badań archeologicznych po raz pierwszy objęła także stanowisko archeologiczne w Gieczu (s. 63; s.171-174) a także - ze względu na znaczenie odkrycia i wskutek dobrego już wówczas zagospodarowania turystycznego - skansen w Biskupinie (s.21-23) oraz obiekty w położonych wokół niego pałuckich miejscowości, m.in. Żnina, Gąsawy, Marcinkowa i Wenecji (s. 17-28), jak również szereg obiektów o wysokiej randze architektonicznej (jak pałace w Lubostroniu, s. 29-30 czy w Czarniejewie s.62). Warto przy tym nadmienić, że na ówczesnej trasie szlaku znalazły się w jego wielkopolskiej części między innymi miejsca, które później przez dziesięciolecia i aż do roku 2011 nie były kojarzone z jego przestrzenią i przebiegiem, jak Wągrowiec oraz Łekno (s.11-12) a obok nich nie wymieniane również w dzisiejszych dyskusjach i propozycjach zmian przestrzeni szlaku, jak m.in. Owińska, Murowana Goślina i Rogoźno (s. 10 i 11) czy Kórnik i Rogalin (s.63-64; por. **Ryc. 2.**).

Ryc. 2. Schemat Szlaku Piastowskiego wg koncepcji Działanisa – Umińskiego z 1960 r.



Źródło: Działanisz-Umiński 1960, s. 71 (wklejka)

Szlak był rozplanowany jako zamknięta pętla [Dzianisz, Umiński 1960, s. 10; 65]. Taki sam obraz struktury przestrzennej Szlaku zostaje utrwalony w kolejnej, poszerzonej wersji przewodnika wydanej w sześć lat później [Dzianisz, Umiński 1966, s.13; s.201], przy czym obejmuje ona także wyraźnie poszerzone opisy wielkopolskiej części szlaku, w poprzedniej wersji opisane bardzo skąpo. W obu wersjach obiekty wskazywane już w przedwojennym przewodniku Kilariego posiadają najbardziej rozbudowane, wielostronne opisy⁴⁵, co na tle pozostałych, krótkich, obejmujących od jednej do najwyżej 3-4 stron długości albo tylko wspomnianych w tekście, wyraźnie wyznacza ich pierwszorzędą rangę w prezentowanej ofercie. W braku jakiegokolwiek oficjalnie zatwierdzonej listy obiektów szlaku można uznać ten sposób ich wyróżnienia za formę wskazania przez autorów koncepcji na obiekty uznawane przez nich samych za niekwestionowane obiekty szlaku.

Począwszy od roku 1960, a z większym rozmachem bezpośrednio przed i po milenijnym roku 1966, rozpoczyna się realizacja dużego projektu historyczno - turystycznego pod nazwą „Szlak Piastowski”. Inicjatywa „zmaterializowania” szlaku pojawiła się w kręgu ówczesnych władz województw poznańskiego i bydgoskiego. Podjęte wówczas pierwsze prace związane z wytyczaniem i zagospodarowaniem „Szlaku Piastowskiego” doprowadziły do powstania oznaczonego w terenie i monitorowanego systemu zwiedzania [Mikos v. Rohrscheidt 2009c]. Powstały także państwowe placówki muzealne, tematyzowane na dziedzictwo piastowskie: Muzeum Pierwszych Piastów na Lednicy i (początkowo bez własnej siedziby i stałej ekspozycji) Muzeum Początków Państwa Polskiego w Gnieźnie. Te i inne działania, połączone z szeroką popularyzacją wycieczek szkolnych na „Szlak Piastowski” przyniosły widoczne efekty: pod koniec lat 60-tych następuje wzmożony przyjazd grup szkolnych do przestrzeni szlaku. Rocznie odnotowuje się wówczas w Gnieźnie przyjazdy do 3000 takich grup⁴⁶. Tym samym Szlak Piastowski, zorganizowany jako system eksploatacji turystycznej, niemal od razu - i po raz pierwszy w swojej historii - staje się jedną z liczących się w skali kraju destynacji wycieczkowych.

⁴⁵ Przykładowo opis Inowrocławia liczy 14,5 strony, Kruszwicy (15 stron), Strzelna (10,5 strony), Gniezna (15,5) a Poznania (18 stron), podczas gdy opisy Rogowa (1,5 strony), Gąsawy (1,5 strony), Wenecji (1 strona), Puszczykowa (1,5 strony), ale także Lubostronia (4 strony), Środy (4 strony), Zaniemyśla (4,5 strony) czy Barcina (4 strony) są znacznie krótsze, a np. Grochowska Szlachecka, Kwieciszewo czy Orchowo, leżące na trasie, wraz ze swoimi zabytkami są wspomniane zaledwie jednym zdaniem. Wyróżnionym wśród świeżo wprowadzonych do przestrzeni szlaku miejscowości jest Żnin, którego opis w tej publikacji liczy sobie aż 10,5 strony.

⁴⁶ Por. Rozmowa z B. Rzymskim, „Turystyka Kulturowa” 4/2009.

1.3.2.3. Koncepcja „totalna” (1968) i drugi etap zagospodarowania.

W wydany w roku 1968 przewodnik autorstwa B. Wysockiej i M. Kwiczały przestrzeń i trasa Szlaku Piastowskiego zostają wyraźnie zmodyfikowane. Jak podają same autorki [Wysocka, Kwiczała 1968, s.7], stało się to wyłącznie pod wpływem obserwowanej powszechnej praktyki wycieczkowej. W ślad za programem zwiedzania, realizowanym przez większość zorganizowanych grup przewodnik podaje (i przy tym dość samowolnie określa jako „zakres szlaku”) znacznie zredukowaną przestrzeń i trasę turystyczną tego systemu⁴⁷. Prowadzi ona teraz z Poznania przez Pobiedziska do Gniezna (s. 7), stąd skręca następnie w kierunku północnym, wiodąc przez Żnin, Biskupin, Inowrocław, Kruszwicę, Strzelno, Mogilno, Trzemeszno z powrotem do Gniezna (s. 171) i dalej do Poznania. W ramach przestrzeni właściwego (oznaczonego w terenie parę lat wcześniej) Szlaku Piastowskiego zostaje zaproponowana tylko jedna alternatywna propozycja spoza tej trasy – mianowicie Giecz (s.8, **Ryc. 3**). Warto jednak zwrócić uwagę, że ponownie zostaje zaproponowany dla zwiedzania nieobecny w „koncepcji milenijnej” obiekt, bez którego trudno dziś wyobrazić sobie Szlak Piastowski: Ostrów Lednicki (s.60-36), na którym trwały jeszcze wówczas prace archeologiczne i zabezpieczające.

Autorki tego przewodnika wprowadziły nowy sposób opisywania trasy, obejmujący wymienianie wszystkich miejscowości, przez które przejeżdżają zwiedzający wraz z krótkim opisem wszystkich ważniejszych obiektów. Prawdopodobnie ten właśnie tryb opisu, powielany potem przez innych autorów przewodników bez oglądania się na uzgodnienia zespołów poznańskich i bydgoskich autorów koncepcji szlaku z roku 1960 oraz na istniejące w terenie oznaczenia, zaowocował praktyką nie mającą wiele wspólnego ani z przyjętym od początku oficjalnym profilem szlaku, ani z jego pierwotną strukturą typów włączanych obiektów, ani też z prawidłową tematyzacją. Praktyka ta w niekorzystny sposób odbiła się później nie tylko na kolejnych wersjach tras oferowanych turystom, ale i stopniowo ukształtowała społeczną świadomość przestrzeni szlaku, jego przebiegu w terenie i listy jego obiektów. Mianowicie z czasem rozmyła się granica między samymi obiektami szlaku a miejscowościami i obiektami „w przestrzeni szlaku”, czyli na przykład położonymi przy trasach przejazdowych, w wyniku czego wiele z tych miejscowości i obiektów zaczęto traktować

⁴⁷ Zdaniem W. Łęckiego [1978, s. 53] powodem tej redukcji była m.in. nadmierna długość trasy szlaku (około 400 km), co powodowało obniżenie jej funkcjonalności jako oferty turystycznej dla wycieczek. Innym powodem miał być - zdaniem tego autora - fakt przypadkowego włączenia szeregu miejscowości do proponowanej trasy. Taka opinia - wyrażana z akceptacją - może nieco dziwić w kontekście trasy proponowanej najpierw w tej samej publikacji (s.53) a następnie kolejnych wersji tras zamieszczanych w przewodnikach publikowanych od roku 1979 aż po rok 2006 przez samego Łęckiego, na których ilość obiektów nie posiadających piastowskiej metryki była nie mniejsza, a z czasem nawet większa. W samym przytaczanym artykule znalazły się m.in. Orchowo, Lubostron, Pakość, Czerniejewo i Kostrzyn.

Ryc. 3. Mapa Szlaku Piastowskiego według koncepcji Wysockiej/Kwiczal z 1968 r.



Źródło: Wysocka-Kwiczal 1968, s. 40-41

i opisywać jako integralne elementy szlaku. Miało to miejsce bez żadnego uzasadnienia, a tylko na podstawie obecności w opisach tras łączących miejscowości z właściwymi obiektami. W ten sposób w opisach szlaku na dobre zadomowiły się „na pełnych prawach” poprzednio albo nie wspomniane, albo tylko wymieniane jako mijane na trasie miejscowości takie jak Markowice (s. 150), Kwieciszewo (s. 159) Wylatowo (s. 163) Kostrzyn Wlkp. (s. 46-49) czy Gułtowy (s. 49-50). Inne, które znikły z opisywanych tras (jak Rogoźno, Wągrowiec, Łekno, ale też Kórnik, Rogalin, Mosina), w powszechnym odbiorze wkrótce potem przestały być kojarzone ze szlakiem i (w sytuacji, kiedy dopiero kształtował się publiczny obraz tego młodego jeszcze systemu) dość szybko znikły z kolejnych wersji przewodników oraz z ofert zorganizowanej turystyki. Korekta przebiegu szlaku w takiej skali na podstawie jednego przewodnika (czyli w istocie - prywatnej opinii pary krajoznawców) była możliwa i została tak łatwo zaakceptowana głównie dlatego, że przebieg i przestrzeń szlaku, ani też lista jego obiektów nigdy wcześniej (ani później, aż do roku 2011) nie zostały formalnie zaakceptowane ani przez oficjalne władze państwowe, ani przez zarząd organizacji, realizującej w tamtym okresie wszystkie projekty turystyczno-

kulturowe na prawach swego rodzaju monopolisty⁴⁸ (czyli PTTK), co zresztą same autorki przyznają we wstępie do swojej publikacji [Wysocka, Kwiczała 1968, s.7].

W roku 1976, z inicjatywy władz województwa poznańskiego rozpoczął się drugi w dziejach szlaku etap jego profesjonalnej organizacji - prace nad turystycznym zagospodarowaniem wielkopolskiego odcinka Szlaku Piastowskiego od Poznania do Gniezna [Zysnarski 1978, s. 5]. Zostały one zaplanowane zgodnie z kompleksową koncepcją R. Michalaka przez Biuro Planowania Przestrzennego w Poznaniu [Michalak 1976, s.73-86], a zrealizowano je ostatecznie w niepełnym wymiarze, przy czym w znacznej części za pomocą tzw. „czynów społecznych” [Zysnarski 1978, s. 6]. Wybór odcinka, który w ten sposób po przeprowadzeniu szeregu inwestycji uzyskał przewagę w zakresie oferty, świadczył o faktycznym zaakceptowaniu koncepcji przestrzeni szlaku, której odbiciem był przewodnik Wysockiej i Kwiczały z roku 1968. Zakres prac objął działania konserwatorskie i restauracyjne w poszczególnych obiektach zabytkowych, budowę lub znaczące rozszerzenie ekspozycji⁴⁹, wzniesienie w Gnieźnie Pomnika Mieszka I i Bolesława Chrobrego wraz ze szkołą ogólnokształcącą, ekspozycją muzealną i salą widowiskową i rewaloryzację gnieźnieńskiego rynku [Zysnarski 1978, s. 7-8] lokalizację punktów usługowych wzdłuż trasy turystycznej, budowę kompleksów rekreacyjnych a nawet zadrzewianie niektórych terenów [Michalak 1975, s. 81-82]⁵⁰ W dalszych etapach tych prac, kontynuowanych po roku 1978 i aż do 1985 w bezpośrednim sąsiedztwie drogi krajowej E-83, która stała się teraz główną osią szlaku, wzniesiono makiety obiektów historycznego budownictwa wielkopolskiego (jak wiatraki i rzeźby ludowe, nawiązujące do piastowskiej historii), a nawet stylizowane wiaty przystankowe dla autobusów PKS, a także otwarto kilka restauracji z przeznaczeniem dla zmotoryzowanych turystów. Między innymi ta inwestycja, w powiązaniu z (nie do końca zrealizowanymi) planami jej rozszerzenia o trasy między obiektami szlaku na terytorium ówczesnego województwa bydgoskiego przesądziła o fakcie, że w literaturze krajoznawczej utrwaliła się teza o przebiegu szlaku i jego przestrzeni wzdłuż tych właśnie tras.

⁴⁸ Zasadniczym sposobem tej ustalania przebiegu (a więc i przestrzeni) szlaku było wówczas znakowanie szlaków w terenie, co wymagało uprzedniego określenia w formie pisemnej przebiegu jego tras i listy obiektów. Ten nie do końca adekwatny do ich natury sposób wyznaczania szlaków tematycznych w Polsce został przejęty z wcześniej już upowszechnionej praktyki wyznaczania turystycznych tras wędrówek pieszych, w tym szczególnie górskich.

⁴⁹ W ramach tego przedsięwzięcia zabezpieczono m.in. relikty piastowskie na Ostrowie Lednickim oraz stworzono zespół wsi wielkopolskiej w skansenie - Wielkopolskim Parku Etnograficznym w Dziekanowicach.

⁵⁰ Taka akcja zadrzewiania została m.in. zrealizowana w Łubowie.

1.3.2.4. „Ósemka Łęckiego” i jej kolejne wersje

Rezultaty zagospodarowania terenu, ale także ujemne skutki koncepcji „totalnej” uwzględniały kolejne popularne przewodniki, w tym pierwszy autorstwa wielkopolskiego krajoznawcy Włodzimierza Łęckiego, wydany w roku 1979⁵¹ a zatem już po rozpoczęciu realizacji wspomnianej inwestycji. Przewodnik ten, zawierający m.in. praktyczne wskazówki na temat organizacji i czasu zwiedzania, proponuje pięć odcinkowych tras po szlaku, przy czym za jego główną oś uważa pierwsze dwie z nich, łączące Poznań z Gniezmem (przez Ostrów Lednicki) i Gniezno z Kruszwicą i Inowrocławiem (przez Trzemeszno i Mogilno)⁵². Ich uzupełnieniem miała być okrężna trasa trzecia z Gniezna do Inowrocławia przez Pałuki, obejmująca m.in. rejon Żnina z Biskupinem i Lubostroń, a także dodatkowe, przeznaczone dla bardziej rozbudowanych programów wycieczek trasa czwarta - z Gniezna przez Czarniejewo, Giecz, Kostrzyn i Swarzędz do Poznania oraz trasa piąta - z Trzemeszna przez Orchowo i Strzelno do Inowrocławia, z pominięciem Kruszwicy (**Ryc. 4**)⁵³. W ten sposób po raz pierwszy pojawił się kształt charakterystycznej „ósemki” z punktem przecięcia poszczególnych odcinków w Gnieźnie.

Ryc. 4. Schemat Szlaku Piastowskiego według koncepcji W. Łęckiego z r. 1979

1. Schemat Szlaku Piastowskiego



Źródło: Łęcki 1979, s. 17

⁵¹ Por. [Łęcki 1979] - przewodnik został wydany po raz drugi w wersji uzupełnionej w roku 1984.

⁵² Tamże, s. 16. Autor określa tę trasę jako „łączącą pierwsze stolice Polski: Poznań, Gniezno i Kruszwicę”.

⁵³ Por Tamże, opis na s. 16, mapa tras szlaku na s. 17 i tabela czasu zwiedzania na s. 18.

Dzięki znacznej popularności i kolejnym wznowieniom przewodnika Łęckiego⁵⁴, którego założenie przestrzenne dodatkowo było kopiowane, jak w niewielkiej publikacji P. Andersa [2006, s. 9]⁵⁵, czy w obszernym przewodniku T i I. Kaczyńskich [2008, okładki], albo w przewodniku wydawnictwa Plan [2010]⁵⁶ - ta struktura utrwaliła się w ofertach turystycznych i w powszechnej świadomości, a także stała się przedmiotem dydaktyki w ramach studiów regionalnych i turystycznych. Przewodnik Łęckiego z roku 1979 wskazuje Poznań jako punkt rozpoczęcia szlaku (s.16; 22). Jednocześnie Łęcki powielił sposób opisu, zastosowany w przewodniku Kwiczkały i Wysockiej, przez co utrwała się wrażenie formalnej przynależności do szlaku szeregu miejscowości leżących na trasach i znajdujących się w nich zabytków, przy czym w ten sposób na ową „listę” dostają się kolejne, jak np. Kobylnica (s. 23n) czy Nekla (s. 161n). Nieco inną strukturę opisu prezentuje przewodnik tego samego autora wydany dziesięć lat później z lekko zmodyfikowanym tytułem [Łęcki 1989]. Powtórzony w nim zasadniczy schemat szlaku w postaci „ósemki” zostaje tym razem już we wprowadzeniu zaopatrzony w notkę wprowadzającą rozróżnienie między trasą „zasadniczą”, w ogólnym zarysie powielającą pierwotną koncepcję Kilarskiego (z Poznania przez Gniezno, Trzemeszno, Strzelno - do Kruszwicy) oraz „odgałęzieniami bocznymi”, którym to terminem autor określa zaproponowane przez siebie 10 lat wcześniej pozostałe trzy odcinki szlaku, obejmujące m.in. Biskupin, Żnin, Lubostroń na terenie województwa bydgoskiego i Czarniejewo oraz Giecz w województwie poznańskim (s. 7)⁵⁷. W takim układzie na plan pierwszy wysuwa się trójka miejscowości o kluczowym znaczeniu dla szlaku, które z powodu ich lokalizacji można określić jako kluczowe: punkt rozpoczęcia trasy głównej w Poznaniu, punkt jej przecięcia z „odgałęzieniami” w Gnieźnie oraz punkt kończący „zasadniczą” oś szlaku w Kruszwicy. Centralna (i główna) rola Gniezna wydaje się w tym

⁵⁴ Por. kolejne wydania przewodnika Łęckiego: *Szlak Piastowski. Przewodnik*, Wyd. I [1997], Wyd II zmienione [2000] oraz tegoż autora przewodnik *Szlak Piastowski*, Poznań 2000.

⁵⁵ Należy jednak zauważyć, że Anders, choć podaje mapkę niemal tożsamą z mocno wówczas utrwaloną koncepcją „ósemki” Łęckiego, to w opisie ogranicza się wyłącznie do trasy głównej, pomijając zupełnie miejscowości leżące na Pałukach i tylko wspominając o nich we wprowadzeniu oraz odsyłając do przewodników Łęckiego (s.2, okładka tylna). Tak zestawiona lista miejscowości w najwyższym stopniu przypomina koncepcję Kilarskiego z roku 1938.

⁵⁶ Por [Szlak Piastowski. *U źródeł polskości.*, 2010].

⁵⁷ Podobnie zhierarchizowany opis zamieszcza W. Bykowski [1999] w swoim przewodniku rowerowym, obejmującym centralną i wschodnią część szlaku. Mimo ograniczenia przestrzennego autor wyraźnie zaznacza hierarchię obiektów, ponadto wyodrębnia i określa trasę główną (czyli „oś Kilarskiego” – por. strona tytułowa i s. 84) oraz „trasy boczne” szlaku (s. 86), w tym m.in. tę prowadzącą przez Pałuki.

[Pascal 2006]. W obu ostatnich wymienionych przypadkach jednym z powodów tego zabiegu mogła być ograniczona objętość publikacji. Faktem jest jednak, że konieczność redukcji materiału wymusiła na autorach krytyczną analizę znaczenia i tematycznego uzasadnienia uwzględnienia poszczególnych obiektów, co w efekcie spowodowało takie, a nie inne wyniki selekcji.

Ryc. 6. Obiekty Szlaku Piastowskiego według koncepcji A. Plenzer z r. 2000



Źródło: Opracowanie własne według opisu Autorki

Zestawienie zmian odnotowywanych w ostatnich dwudziestu latach w koncepcjach (ofertowych) szlaku pozwala stwierdzić, że zachodziły one w dwóch kierunkach: z jednej strony w szeregu poświęconych szlakowi publikacji krajoznawczych redukuje się liczbę polecanych do zwiedzania miejscowości oraz opisywanych obiektów, z drugiej jednak przestrzeń i lista obiektów jest stopniowo uzupełniana zgodnie z wynikami nowszych badań (jak w przypadku grodziska w Grzybowie), w rezultacie pojawienia się atrakcyjnych ekspozycji (jak wystawa stała w poznańskim Muzeum Archeologicznym) albo obiektów innego typu (jak wieża widokowa na Wale Wydartowskim czy symboliczna konstrukcja „Ryby” - miejsce zgromadzeń religijnych katolickiej młodzieży w podlednickich Imiołkach). I w tej kwestii zauważalne są jednak pewne niekonsekwencje. W przeciwieństwie do przewodnika Kaczyńskich z roku 2008 [Kaczyńscy 2008, s. 361-364], gdzie na podstawie kluczowych dla tematyki szlaku i głośnych wyników badań archeologicznych został włączony obszerny opis poznańskiego kościoła NMP *In Summo*, pod którym znajdują się odkryte w roku 1999 relikty palatium, także publikowane po tej dacie kolejne wydania przewodnika W. Łęckiego nie uwzględniają tego kapitalnego odkrycia. Natomiast swoiste kuriozum w ostatnim wydaniu przewodnika tego zasłużonego krajoznawcy stanowi zamieszczenie w opisie tego szlaku historycznego dziedzictwa

szeregu ciekawostek lokalnych o z góry przewidywalnej krótkiej perspektywie funkcjonowania jako atrakcje turystyczne, w tym nawet takich o podejrzanym genezie, jak rzekome „kosmiczne” piktogramy na polu w Wylatowie [Łęcki 2006, s. 106-107]. Także aż po wydanie z roku 2006 kontynuuje on praktykę zamieszczania „na równych prawach” opisu miejscowości leżących na trasach szlaku, z włączaniem kolejnych spowodowanym zaliczeniem do szlaku pobliskich cennych obiektów, co – w braku oficjalnej i zatwierdzonej listy obiektów szlaku - dodatkowo powiększyło niepewność co do formalnego statusu poszczególnych obiektów⁶⁰.

Ryc. 7. Obiekty Szlaku Piastowskiego według koncepcji opisanej w [Sikorska 2006]



Źródło: Opracowanie własne według opisu Autorów

W tym samym układzie jak w kolejnych wersjach przewodnika Łęckiego, z uwzględnieniem [Szewczykowie 2008, s. 16-19] i bez uwzględnienia⁶¹ propono-

⁶⁰ I tak - przykładowo - z okazji włączenia grodu w Grzybowie w wydaniu 3 wymienionego przewodnika znalazł się opis nie posiadający żadnego związku z tematyką szlaku Wrześni (s.196-198), przez co powstało błędne przekonanie (powtarzane w relacjach prasowych a nawet w ofertach czy programach wycieczek), jakoby wymienione w nim obiekty (m.in. Muzeum Regionalne im. Dzieci Wrześnińskich czy pomnik tychże) były obiektami szlaku.

⁶¹ Przykładowo w wydanym w monumentalnej objętości i imponującej szacie graficznej przewodniku pod red. J. Sikorskiej „Skąd się Polska zaczęła. Od Kruszwicy do Poznania. Rzecz o Szlaku Piastowskim” (2006), opis szlaku rozpoczyna się od Kruszwicy (s. 99-108), by potem, przez Strzelno, Inowrocław, Kościelec i Pakość przejść na teren Pałuk (Żnin i okolice z Biskupinem), a następnie w Kwieciszewie powrócić do trasy głównej wyznaczonej przez Łęckiego, jednak między Mogilnem a Trzemesznem opuszcza ją na krótkim odcinku w stronę Orchowa, w koncepcji Łęckiego znajdującego się na trasie alternatywnej (s. 215n). Po wyczerpującym opisie Gniezna (s. 228-270) następuje kolejne zejście z trasy głównej w stronę Kłecka (s.288-290) a następnie powrót na nią począwszy od Lubowa (s.291). Trasa jest kontynuowana w kierunku Poznania (opisane zostały: Lednica, Pobiedziska i Uzarzewo), by po obszernym opisie zabytków stolicy Wielkopolski (s. 305-340) skierować czytelnika przez Swarzędz, Giecz, Neklę i Wrześnię do Grzybowia i na samym końcu do Czarniejewa (s.362-364). Co ciekawe zarówno w kontekście historycznych zmian przestrzeni i tras Szlaku Piastowskiego, jak i aktualnych

wanej przez niego hierarchii tras i obiektów, Szlak Piastowski był prezentowany zarówno przez nowsze przewodniki, jak i pojawiające się od końca lat dziewięćdziesiątych turystyczne portale internetowe.

1.3.2.6. Nowa sytuacja i nowa organizacja (1994-2010)

W nowej rzeczywistości politycznej, ekonomicznej i społecznej – na poziomie lokalnym i regionalnym w coraz większej mierze współkształtowanej przez samorządy – przystąpiono do restauracji licznych obiektów zabytkowych, położonych w przestrzeni szlaku. Znacznie przyspieszył także rozwój bazy noclegowej i gastronomicznej, służącej zaspokojeniu potrzeb turystów. Powstał też szereg gospodarstw agroturystycznych, zapewniających kompleksową obsługę zwiedzających szlak (noclegi, wyżywienie, rowery, oferta jazdy konnej itd.). W roku 1994 w Wielkopolsce wytyczono Piastowski Trakt Rowerowy o długości 104 km (oznaczony kolorem czarnym), który stał się pierwszą, niepełną jeszcze przestrzennie alternatywą zwiedzania samochodowego szlaku⁶². Jego trasa prowadzi z Poznania m.in. przez Uzarzewo, Pobiedziska, Lednogórę, Dziekanowice, Gniezno, Trzemeszno i Wydartowo do wsi Izby przy administracyjnej granicy województw, przy czym przebiega przez dwa duże obszary chronionego krajobrazu: Park Krajobrazowy Promno oraz Lednicki Park Krajobrazowy. Jak wynika z powyższego, przebieg tej jedynej jak dotąd funkcjonującej tematyzowanej trasy rowerowej o profilu zgodnym z tematyką Szlaku Piastowskiego także pokrywa się z przebiegiem pierwotnej osi szlaku, właśnie tej określanej jako „główna”.

W tym samym okresie, na skutek gwałtownych przemian gospodarczych po roku 1989 w okolicach, przez które przebiegają trasy Szlaku Piastowskiego zamknięto wiele zakładów przemysłowych i państwowych gospodarstw rolnych, co spowodowało skokowy wzrost bezrobocia. W tym kontekście w wielu miejscowościach i mikroregionach turystyka została zauważona i doceniona jako potencjalne źródło dochodów i generator nowych miejsc pracy.

Począwszy od połowy lat dziewięćdziesiątych dał się zaobserwować trwający do dziś spadek liczby wycieczek szkolnych, generujących dotąd najliczniejszą grupę turystów na szlaku. Wszystkie te zjawiska rejestrowano w lokalnych środowiskach związanych z turystyką, w tym także tą tematyczną po śladach piastowskiego dziedzictwa. Coraz lepiej dostrzegano w nich potrzebę zjednoczenia sił i środków oraz kon-

dyskusji i pierwszych ustaleń dotyczących ich modyfikacji, zespół autorów tego przewodnika zamieszcza jako dodatki do swojego opisu zarówno „skreślone” już bardzo dawno z zestawień obiektów szlaku Kórnik i Rogalin (s. 452-457), jak i ostatnio rekomendowane do wpisu na tę listę Płowce, Brześć Kujawski i Włocławek (s.369-392), te ostatnie miejscowości wraz z Radziejowem i Kowalem opisując jako elementy odrębnego „Szlaku Władysława Łokietka”.

⁶² Opis przebiegu tej trasy: www.wielkopolska.travel/turystyka_rowerowa_1/piastowski_trakt_rowerowy

solidacji działań na rzecz silnego, rozpoznawalnego i atrakcyjnego produktu turystycznego.

W dniu 8 lipca 2003, na prawach Lokalnej Organizacji Turystycznej została zarejestrowana Organizacja Turystyczna Szlak Piastowski [Mikos v. Rohrscheidt 2009c] z siedzibą w Gnieźnie. Organizację utworzyły podmioty publiczne i prywatne, wśród których znalazły się samorządy: Powiat Gnieźnieński, gminy: miejska Gniezno, Niechanowo, Witkowo i Kłecko, podmioty komercyjne, stowarzyszenia oraz osoby fizyczne prowadzące działalność na rzecz turystyki w przestrzeni szlaku [Szlak Piastowski *www* 2012]. Był to ważny krok na drodze do komercjalizacji Szlaku Piastowskiego, a jego głównym pozytywnym skutkiem było pojawienie się konkretnego operatora, identyfikowanego ze szlakiem i coraz lepiej rozpoznawanego publicznie. Rozpoczynając od przejęcia zadań informacji turystycznej na terenie powiatu gnieźnieńskiego i pobliskich gmin oraz pośredniczenia usług przewodników, stopniowo krzepnąca organizacja zaczęła także w ograniczonym zakresie wykonywać zadania koordynatora systemu, w tym planowanie i kierowanie jego promocją, obsługę przewodnicką turystów we własnym imieniu, opracowywanie i samodzielną publikację materiałów informacyjnych i promocyjnych, organizowanie szkoleń przewodników. OT Szlak Piastowski stworzyła i do tej pory prowadzi internetowy system informacji o szlaku, w postaci stałego samodzielnego i dość rozbudowanego portalu internetowego z elementami interaktywnymi, bierze udział w targach turystycznych, opracowuje w różnych wariantach oferty wycieczek po obiektach szlaku dla grup i turystów indywidualnych oraz realizuje je na zlecenie zorganizowanych klientów. Stanowi to znaczną część zadań klasycznego koordynatora szlaku tematycznego [por. Mikos v. Rohrscheidt 2012a, s. 45-46]. W roku 2006 OT dokonała oznakowania wielkopolskiego odcinka Szlaku Piastowskiego tablicami drogowymi w europejskim standardzie E-22. Dzięki zaangażowaniu samorządów lokalnych przeprowadzono także znakowanie szeregu odcinków szlaków pieszych, rowerowych i pielgrzymkowych [Sprawozdanie... PCIT, 2012⁶³ utworzenie kilku nowych atrakcji turystycznych (jak np. wieża widokowa w Dusznie na Wale Wydartowskim) oraz wspólne działania promocyjne (wystawiennictwo na targach turystycznych, wspólne wydawnictwa, promocja internetowa). Szczególnie aktywne jest w tej dziedzinie Starostwo Powiatowe w Gnieźnie, które jest członkiem organizacji i głównym płatnikiem od samego początku jej istnienia. Między innymi dzięki odpowiednim nakładom finansowym na promocję Szlaku na terenie powiatu gnieźnieńskiego w ostatnich dwóch latach odnotowano ustabilizowanie się liczby obsługanych turystów [Sprawozdanie PCIT, 2012

⁶³ Tablice dla pielgrzymów umieszczono w roku 2007 we współpracy z polskim koordynatorem Drogi Św. Jakuba na tych odcinkach Szlaku, które pokrywają się z tzw. wielkopolską Drogą Św. Jakuba na odcinkach wokół Gniezna i Trzemeszna, por. [Szlak Piastowski *www* 2012]

Jednak wpływ powołania organizacji na działanie szlaku pozostał ograniczony z dwóch zasadniczych powodów. Po pierwsze, OT Szlak Piastowski jako organizacja w istocie lokalna i utrzymywana głównie przez jeden samorząd powiatowy, ogranicza większość swoich aktywności do obszaru powiatu gnieźnieńskiego i choć współpracuje z innymi podmiotami, to nie posiada kompetencji ani środków do większych inwestycji w całość przestrzeni szlaku. Po drugie, powołując tę organizację i określając zakres jej zadań z różnych przyczyn (w tym także niechęci do wywoływania konfliktów przez korekty utrwalonych przez dziesięciolecia tras i określeń obiektów jako części szlaku), nie zdecydowano się na formalne i szczegółowe ustalenie przestrzeni szlaku i listy jego obiektów. Oznaczało to pozostawienie status quo, w którym Szlak Piastowski funkcjonował w niezdefiniowanej w istocie przestrzeni, a jego faktyczna tematyka, ustalana na podstawie listy obiektów występujących w kolejnych przewodnikach, daleko odbiegała od profilu określonego przez jego oficjalną nazwę i pierwotną koncepcję.

W konsekwencji tego (zamierzonego) zaniedbania nie udało się także wykorzystać narzędzia powszechnej informacji i promocji turystycznej, jakim jest Internet, dla

upowszechniania jednoznacznej oferty szlaku. Mapa szlaku, zamieszczona na oficjalnym portalu OT Szlak Piastowski (**Rycina 8**) aż do końca roku 2010, z powodu swej nieprzejrzystości i braku dbałości o wyróżnienie trasy głównej lub obiektów kluczowych wydawała się prezentować raczej obraz szlaku jako sieci miejscowości położonych na szeregu tras, mniej lub bardziej powiązanych z tematyką piastowską. Biorąc pod uwagę potencjalny zasięg portali internetowych, daleko przewyższający nakłady najpopularniejszych książkowych przewodników, zwyczajnie współczesnych turystów, poszukujących pierwszych informacji przede wszystkim w Internecie, dobre pozycjonowanie portalu Organizacji Turystycznej Szlak Piastowski z jednej strony, a skalę chaosu i braku hierarchii miejscowości, panującą w ukazanej wersji schematu przestrzennego szlaku z drugiej, zaznaczenie na nim dodatkowo „ósemki” wg koncepcji Łęckiego z roku 1979 niewiele wnosilo w zakresie porządkowania tej przestrzeni i tylko w niewielkim stopniu równoważyło obecność na mapie miejscowości takich jak Barcin, Kwieciszewo, a nawet – we wschodniej części mapy - szeregu miejsc zupełnie niepotrzebnych, bo anonimowych (nie opisanych na mapie i nie włączonych do systemu interaktywnej informacji) oraz nigdy dotychczas nie uwzględnianych w żadnym opisie szlaku (por. **Rycina 9**). Z całą pewnością upowszechnianie takich informacji nie służyło ani identyfikacji, ani promocji tego systemu jako szlaku tematycznego.

Ryc. 9. Schemat szlaku Piastowskiego zamieszczony w kwietniu 2012 na portalu internetowym OT Szlak Piastowski



Źródło: www.szlakpiastowski.com.pl (04.04.2012)

Wśród rozlicznych wersji przestrzeni i tras szlaku, proponowanych przez inne portale i strony internetowe poświęcone turystyce, można znaleźć także mapy i odpowiadające im opisy tras, wyraźniej odbijające koncepcję Łęckiego, co w świetle panującego zamieszania stanowiło bez wątpienia opcję lepszą (bo lepiej przemyślaną, bardziej konkretną i zawierającą choćby zaczątki hierarchizacji obiektów) niż jakakolwiek spośród pozostałych. Przykładem takiej propozycji może być ta zamieszczona na oficjalnej stronie Powiatu Gnieźnieńskiego, w dziale poświęconym turystyce (**Rycina 10**). Jednak niezależnie od jej dobrej jakości, miarą niedomagań we współpracy i wzajemnej informacji (nie wspominając już wynikającej z niej dezorientacji turystów, autorów przewodników, a nawet dydaktyków turystyki) jest fakt zamieszczenia dwóch różniących się w istotnych szczegółach koncepcji tras i list obiektów na dwóch schematach publikowanych w ramach jednostek organizacyjnych, działających w tym samym mieście i finansowanych przez tę samą instytucję lub z nią współpracujących.

Ryc. 10. Schemat Szlaku na Portalu Powiatu Gnieźnieńskiego (kwiecień 2012)



Źródło: www.turystyka.powiat-gniezno.pl (dostęp 3 kwietnia 2012)

1.3.2.7. Struktura szlaku na podstawie inwentaryzacji z 2008 i badań z roku 2010

W nieco zmodyfikowanym układzie, przy przejęciu koncepcji przestrzeni szlaku proponowanej przez Łęckiego, jednak z wyraźnym zaakcentowaniem osi głównej i uzupełniającej sieci tras oraz miejscowości szlak opisano w pierwszej naukowej

polskiej monografii poświęconej turystyce kulturowej [Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 297n].

Ryc. 11. Schemat Szlaku Piastowskiego zamieszczony w monografii A. Mikosa v. Rohrscheidt [2008a]



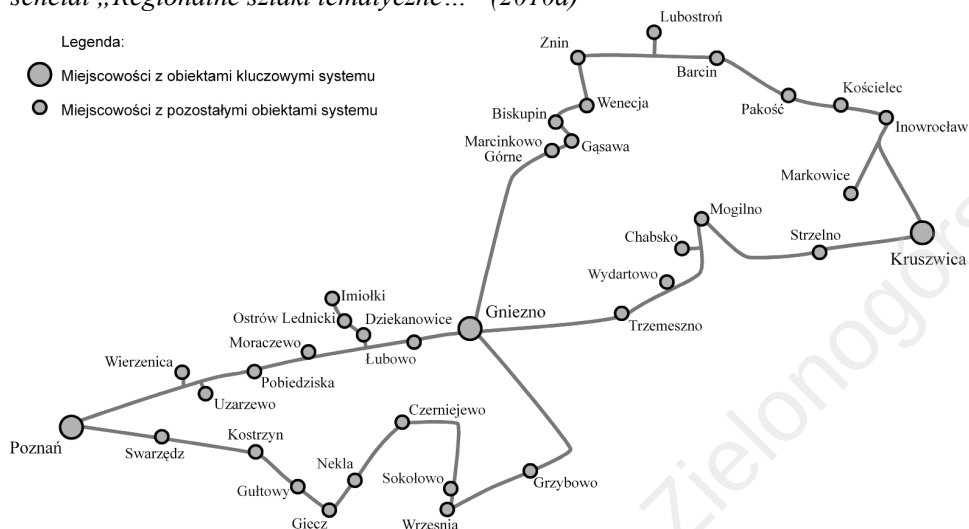
Źródło: Mikos v. Rohrscheidt, 2008a, s. 298

W ramach głównej „osi” szlaku (por. **Ryc. 11**) zostało przy tym podkreślone pierwszorzędne (i wzajemnie wobec siebie równorzędne) znaczenie położonych na „osi Kilarskiego” centralnych ośrodków państwa pierwszych Piastów, to jest Poznania, Ostrowa Lednickiego i Gniezna, a także uwypuklone znaczenie grodu w Gieczu, leżącego poza tą trasą. Obiektom nie związanym bezpośrednio z dziedzictwem piastowskim przypisano tu wyrażnie jedynie rolę uzupełniającą, co jest zrozumiałe z punktu widzenia prezentowanych przez autora kryteriów tworzenia i funkcjonowania szlaków tematycznych, powszechnie następnie przejętych przez polskich badaczy turystyki kulturowej, zajmujących się tymi zagadnieniami. Z kolei pierwsze pełne zestawienie obiektów zaliczanych do Szlaku Piastowskiego przez różne źródła wraz z krytyczną oceną przestrzeni i tematykacji systemu zawiera opublikowane w dwa lata później obszerne opracowanie analityczne tego samego autora poświęcone wyłącznie szlakom tematycznym, w którym Szlak Piastowski został poddany kompleksowej waloryzacji potencjału turystyczno-kulturowego [Mikos v. Rohrscheidt 2010, s. 176-206]⁶⁴. Graficznym odbiciem wyników inwentaryzacji, stanowiącej integralną

⁶⁴ Autor przytaczanego opracowania przed dokonaniem analizy potencjału szlaku musiał dokonać ustalenia jego przestrzeni, obiektów i tras. W sytuacji nieistnienia formalnie zatwierdzonej i opublikowanej listy obiektów podjął się ich zestawienia zgodnie z wynikami inwentaryzacji, której metodologię wyjaśnia szczegółowo na s. 93-100. Aktualna wówczas lista obiektów szlaku została sporządzona na podstawie ich uwzględnienia w oficjalnym portalu internetowym Organizacji Turystycznej Szlak Piastow-

część analizy potencjału szlaku jest schemat przestrzenny szlaku, ukazany w Rycinie 12.

Ryc. 12. Schemat Szlaku Piastowskiego zamieszczony w opracowaniu A. Mikos v. Rohrscheidt „Regionalne szlaki tematyczne...” (2010a)



Źródło: Mikos v. Rohrscheidt 2010a, s. 179

Obok dokonania szczegółowej oceny stopnia zgodności przestrzeni i listy obiektów szlaku z jego deklarowaną tematyką, potencjału przyciągania turystów zainteresowanych treściami kulturowymi, w tym historycznymi przez jego obiekty oraz poziomu organizacji turystyki, autor wspomnianej publikacji zaproponował także (zgodnie z przyjętą metodologią badania, ale także w celu pożądanej koncentracji wysiłków organizacyjnych i promocyjnych) wyznaczenie trzech obiektów kluczowych Szlaku Piastowskiego. Na podstawie propozycji obecnych w każdym z wymienionych w niniejszym tekście opracowań, począwszy od przewodnika Kilarskiego, dostatecznego uzasadnienia wynikami historycznych badań naukowych⁶⁵ oraz strategicznego położenia miejscowości określa on Poznań, Gniezno i Kruszwicę jako kluczowe miejscowości szlaku, a położonym w nim zabytkom przyznaje status kluczowych obiektów szlaku. Są to odpowiednio: Ostrów Tumski w Poznaniu, w tym Archikatedra i relikty palatium, Archikatedra Gnieźnieńska i znajdujący się obok niej pomnik Bolesława Chrobrego oraz kolegiata śś. Ap. Piotra i Pawła w Kruszwicy [Mikos v. Rohrscheidt 2010a, s. 177].

ski (koordynatora szlaku) oraz w najpopularniejszym przewodniku W. Łęckiego [2006], przy czym sporządzona lista została zaakceptowana przez przedstawiciela koordynatora szlaku (por. s. 177-179).

⁶⁵ W tym zakresie wymieniane opracowanie bazuje głównie na opracowaniach W. Hensla [1960], G. Labudy [1989] oraz w I tomie monografii „Dzieje Wielkopolski”, pod redakcją J. Topolskiego [1969].

1.3.2.8. Zbiorcza dokumentacja zmian przestrzeni szlaku

Zamieszczona poniżej **Tabela 1** zestawia miejscowości zaliczane do szlaku w kolejnych koncepcjach jego przestrzeni i edycjach przewodników. Uwzględniono te miejscowości, które we wszystkich spisach i opisach łącznie pojawiły się więcej niż jeden raz **oraz** w których rekomendowano do zwiedzania imiennie wskazane i odrębnie opisane obiekty. Tabela umożliwi orientację w zmianach w przestrzeni i trasach szlaku w ciągu ponad osiemdziesięciu lat jego funkcjonowania w przestrzeni turystycznej, najpierw jako wirtualnej trasy tematycznej, a od roku 1960 jako realnego szlaku turystycznego. W ramach zestawienia wyróżniono miejscowości obecne na wszystkich listach i zestawieniach szlaku.

Tabela 1. Miejscowości z obiektami uwzględnianymi na listach obiektów Szlaku Piastowskiego

Publikacja/ Miejsce	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Poznań	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Uzarzewo	-	-	-	-	+	+	-	+	-	+	+	-	+	+	-	+	-	+	+	-
Wierzenica	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-	+	+	-
Pobiedziska	+	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+
Moraczewo	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+	+	+	-	+	-	-	-	+	+	-
Ostrów Lednicki	+	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Imiołki / Pola.L	-	-	-	-	-	-	-	+	-	+	-	-	+	+	-	-	+	+	+	-
Dzieskanowice	-	-	-	-	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+	-
Łubowo	-	-	-	+	+	+	+	+	-	+	-	-	+	+	-	-	-	+	+	-
Gniezno	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Trzemeszno	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+
Chabsko	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-	-	-	+	-	+	-	+	-	-
Mogilno	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+
Wylatowo	-	-	-	-	+	-	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	-	+	-
Kwieciszewo	-	-	-	+	-	-	-	+	-	+	+	-	+	+	+	-	-	-	+	-
Srtrzelno	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Orchowo	-	-	-	-	+	+	-	-	-	-	-	-	+	+	-	+	-	-	-	-
Markowice	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	+	-	+	-	+	-	+	-	-
Kruszwica	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Inowrocław	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+
Lubostroń	-	+	+	+	+	+	+	+	-	+	-	+	+	+	-	+	-	+	+	-
Barcin	-	+	+	+	+	+	+	+	-	+	-	+	+	+	-	+	-	+	+	-
Kościelec Kuj	-	+	+	+	+	+	+	+	-	+	-	+	+	+	-	-	-	+	+	-
Pakość	-	+	+	+	+	+	+	+	-	+	-	+	+	+	-	+	-	+	+	-
Żnin	-	+	+	+	+	+	+	+	-	+	-	+	+	+	-	+	-	+	+	+
Rogowo	-	+	+	+	+	-	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	-	+	-
Biskupin	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Gąsawa	-	+	+	+	+	+	+	+	-	+	-	+	+	+	-	+	-	+	+	-
Marcinkowo	-	+	+	+	+	+	+	+	-	+	-	+	+	+	-	+	-	+	+	-
Grochowska	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	+	-	-	+	-
Wenecja	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+	-	+	+	+	+	-
Giecz	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Grzybowo	-	-	-	-	-	-	-	+	-	+	-	-	+	+	-	+	+	+	+	+

Publikacja/ Miejsce	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Września	-	-	-	-	-	-	-	+	-	+	-	+	+	+	+	+	-	+	+	-
Wągrowiec	-	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+
Rogoźno	-	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Łekno	-	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+
Janowiec	-	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ilwno	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	+	-	+	-	-	-	-	+	-
Czemiejewo	-	+	+	-	+	+	+	+	-	+	-	+	+	+	-	+	-	+	+	-
Kórnik	-	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-	-	-	-	-	-
Rogalin	-	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-	-	-	-	-	-
Owińska	-	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Murowana Goślina	-	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Swarzędz	-	-	-	+	+	+	+	+	-	+	-	+	+	+	-	+	-	+	+	-
Siedlec	-	-	-	-	+	+	+	+	-	+	-	+	-	+	-	-	-	-	+	-
Zaniemyśl	-	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mosina	-	+	+	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Wielkop. PN	-	+	+	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kostrzyn W/	-	-	-	+	+	+	+	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	+	-
Nekla	-		+	-	+	+	+	+	-	+	-	+	+	+	-	-	-	+	+	-
Gultowy	-	-	-	+	+	+	+	+	-	+	-	+	-	+	-	-	-	+	+	-
Tulce	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-	-	-	+	+	-
Klecko	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+	-	+	-	-	-	-
Niechanowo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-	+	-	+	-	+	-	-	-	-
Witkowo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-	+	-	+	-	-	-	-

Legenda: 1. Kilariski [1938], 2. Dzianisz/Umiński [1960], 3. Dzianisz/Umiński [1966], 4. Wysoc-ka/Kwiczala [1968], 5. Łęcki [1979], 6. Łęcki [1989], 7. Łęcki [1997], 8. Łęcki [2000], 9. Plenzler [2000], 10. Łęcki [2006], 11. Anders 2006, 12. Pascal [2006], 13. Sikorska [2006], 14. Kaczyńscy [2008], 15. Szewcykowie [2008], 16. OT Szlak Piastowski [www 2008], 17. Plenzler 2008, 18. Plan 2010, 19. Mikos v. Rohrscheidt [2010, spis inwentaryzacyjny], 20. Rekomendacja Rady PN ds. SP [Rada NPdsSP 2011b].

Źródło: opracowanie własne

Z przedstawionego zestawienia (por. kolumny 1-19 tabeli) wynika, że jedynymi miejscowościami, obecnymi we **wszystkich** wersjach oferty turystycznej, określanej w fachowych wydawnictwach krajoznawczych jako „Szlak Piastowski” począwszy od roku 1938 do roku 2011 są: Poznań, Gniezno, Strzelno i Kruszwica. Z kolei nieobecne tylko na jednej z przedstawionych wersji szlaku są: Trzemeszno, Mogilno, Inowrocław, Biskupin oraz Giecz. Wydaje się, zatem że można właśnie te miejscowości określić jako powszechnie i historycznie identyfikowane z przestrzenią Szlaku Piastowskiego. Na tej podstawie można sformułować następującą opinię: gdyby przy podejmowaniu decyzji o formalnym wpisie do listy obiektów „nowego” Szlaku Piastowskiego obok kryterium tematycznego przyjąć także pomocnicze kryterium historycznej przynależności do szlaku, jak to sugerują niektórzy uczestnicy publicznej dyskusji, to na tej liście nie mogłoby zabraknąć żadnej z wymienionych powyżej miejscowości. Natomiast żadna inna nie posiada tak mocnego uzasadnienia „histo-

rycznej przynależności”, co oczywiście nie wyklucza jej kandydatury, o ile spełnione pozostaje główne kryterium historyczne.

1.3.2.9. Podsumowanie badania dziejów szlaku

Analiza przeprowadzona powyżej z wykorzystaniem wszystkich dostępnych źródeł i opracowań, uprawnia do następujących wniosków:

1. Pojęcie „szlaku piastowskiego” jako trasy lub oferty dla turystów jest stosunkowo młode: pojawiło się ono w latach międzywojennych i jest potwierdzone źródłowo po raz pierwszy w roku 1938, natomiast można wykluczyć funkcjonowanie tego pojęcia dla okresu sprzed 1920.
2. Ani przestrzeń, ani tym bardziej lista obiektów Szlaku Piastowskiego nie były przed rokiem 2011 przedmiotem formalnej decyzji władz państwowych lub głównego gestora szlaków turystycznych przed rokiem 1989 (Zarządu Głównego PTTK), choć kilkakrotnie był on na różnych odcinkach znakowany z polecenia i na koszt władz wojewódzkich, powiatowych itd.
3. Przestrzeń szlaku była natomiast od początku przedmiotem zmian. Jego pierwotna koncepcja z roku 1938 (zawarta w opisie Kilarskiego i eksploatowana w praktyce przez ruch turystyczny pod koniec okresu międzywojennego) nie była respektowana właściwie już od chwili ponownego sformułowania koncepcji szlaku w roku 1960, o czym świadczą zarówno ówczesna lista proponowanych obiektów, jak i przebieg jego trasy.
4. Zmian przestrzeni (niejednokrotnie w bardzo znacznej skali) dokonywano z czterech zasadniczych powodów: 1. w imię zachowania lub poprawy funkcjonalności oferty turystycznej, 2. pod wpływem obserwowanych preferencji turystów (grup), 3. na skutek praktykowanego przez krajoznawców i kopiowanego następnie przez kolejnych autorów wpisywania różnych miejscowości znajdujących się na trasach na listę obiektów (co potem zwyczajowo utrzymywało się w świadomości społecznej, szczególnie społeczności lokalnych), wreszcie 4. na skutek odkryć archeologicznych i ich turystycznego zagospodarowania (jak w przypadku Giecza (uwzględnianego jako obiekt szlaku od r. 1960), a potem Grzybowa (od r. 2000) albo otwierania innego rodzaju nowych obiektów, w tym ekspozycji muzealnych (jak np. WPE w Dziekanowicach).
5. W ramach kolejnych zmian przebiegu tras szlaku i prezentowania kolejnych odpowiadających im propozycji zwiedzania autentyczność kulturowa obiektów i ich zgodność z tematyką szlaku schodziła na dalszy plan, a często w ogóle nie była uwzględniana, co ukazują choćby przykłady opisywanych w ramach przewodników jako elementy szlaku obiektów w Orchowie, Kwieciszewie, Markowicach, Łubowie, Chabsku, Kostrzynie czy Nekli.

6. Podnoszone w dyskusjach na temat przestrzeni szlaku, toczących się w mediach od roku 2011 argumenty o rzekomo permanentnej (czy wręcz „odwiecznej”) obecności niektórych obiektów są nie do utrzymania w świetle wyników badania zmian przestrzeni szlaku. Lista obiektów znajdujących się w przestrzeni szlaku od samego początku aż po jego najnowsze koncepcje, formułowane przed rekomendacją z roku 2011, obejmuje zaledwie cztery pozycje.

7. Rekomendowana w grudniu 2011 i zatwierdzona przez Marszałków obydwu województw we wrześniu 2012 koncepcja Rady Programowo-Naukowej ds. Szlaku Piastowskiego, zakładająca istotne korekty przestrzeni szlaku nie tylko nie jest pierwszą propozycją tak daleko idącej zmiany (por. propozycje z 1960 i 1968, koncepcja Łęckiego z roku 1979, czy późniejsze koncepcje „redukcyjne”), ale jest dodatkowo uprawniona i pożądana ze względu na jej uzasadnienie poprzez kryterium kulturowej autentyczności obiektów, zgodnej z deklarowaną tematyką (profilem) szlaku.

8. Wprowadzony wraz z nowo włączanymi miejscowościami i obiektami potencjał kulturowo-turystyczny, w tym zwłaszcza tematyczny (zgodny z profilem szlaku), dokonanie postulowanych we wnioskach z audytu i rekomendowanych przez Radę modernizacji wystaw oraz wykreowanie tematycznych ofert lokalnych (w tym eventów, tras lokalnych i pakietów pobytowych), wreszcie unowocześnienie i koordynacja działań na rzecz informacji i promocji systemu powinny doprowadzić do sytuacji, w której Szlak Piastowski stanie się nowoczesną ofertą, spełniającą główne standardy współczesnej turystyki kulturowej.

1.3.3. Badanie potencjału turystycznego Szlaku Piastowskiego z roku 2010 i jego wyniki

W przytaczanych już badaniach A. Mikos v. Rohrscheidt z roku 2010 Szlak Piastowski uzyskał stosunkowo wysoką ogólną ocenę końcową (784 punkty z 1000 możliwych) i pod względem ogólnego potencjału został sklasyfikowany jako „szlak o wybitnym potencjale turystycznym”. Bardzo wysoko (262 punkty na 300 możliwych w zakresie III) oceniona została także atrakcyjność szlaku z punktu widzenia różnych form współczesnej turystyki kulturowej, przy czym najbardziej interesujący okazał się on dla następujących typów jej wypraw (i zainteresowanych nimi turystów): turystyki chronionego dziedzictwa, turystyki tematycznej, turystyki edukacyjnej, turystyki muzealnej, turystyki żywej historii, turystyki archeologicznej, turystyki biograficznej oraz turystyki religijnej. Jednocześnie wyniki ustalone dla poszczególnych zakresów waloryzacji pozwoliły na określenie szlaku jako „relatywnie zaawan-

sowanego, jednak nie w pełni rozwiniętego produktu turystycznego. [Mikos v. Rohrscheidt 2010a, s. 198; 200].

Jednocześnie w bardzo istotnym zakresie I. tego badania wynik dla Szlaku Piastowskiego wyniósł 135 punktów z 200 możliwych, co pozwoliło na sklasyfikowanie szlaku zaledwie jako produktu realnego, a nie materialnego (w pełni rozwiniętego, dojrzałego produktu typu „szlak”). Głównymi mankamentami systemu, uniemożliwiającymi jego wysoką ocenę w tym zakresie (co przekłada się na obniżenie jego atrakcyjności jako destynacji dla współczesnych organizatorów turystyki i samych turystów kulturowych) okazały się: brak pełnej tematyzacji szlaku jako całości i szeregu obiektów (w tym nieistnienie całościowych opracowań naukowych), bardzo znacząca skala niezgodności tematycznej licznych obiektów z deklarowaną tematyką szlaku (aż 24 obiektów szlaku czyli ponad 42% okazało się niezgodnych z deklarowaną tematyką [s.180]) oraz znacznie ograniczona dostępność faktyczna licznych mniejszych obiektów dla turystów (zaledwie 88–89% obiektów szlaku było w pełni dostępnych [s. 182]. Jako słabość został wytknięty brak oferty eventów tematycznych w większości miejscowości oraz brak mikroeventów regularnych lub organizowanych na zamówienie dla grup turystów. W zakresie obsługi poza obiektami główną słabością systemu okazało się nieistnienie tematycznej oferty kulinarnej w lokalach gastronomicznych i hotelach przestrzeni szlaku oraz zupełny brak funkcjonujących w ramach oferty szlaku lub poszczególnych miejscowości turystycznych pakietów tematycznych [s. 202]. Wskazano także na ograniczenie aktywności koordynatora systemu do nielicznych usług turystycznych i niektórych terenów w przestrzeni szlaku przy jednoczesnej całkowitej rezygnacji z inicjatywy w zakresie konstruowania innych, istotnych dla organizacji systemu, w tym właśnie pakietów tematycznych lub lokalnych pakietów pobytowych [Mikos v. Rohrscheidt 2010a, s. 199]. Głównym postulatem sformułowanym na podstawie tych badań w odniesieniu do korekty oferty szlaku było doprowadzenie do spełnienia kryterium uzasadnionej tematyzacji systemu. W stosunku do części obiektów jako działania wystarczające określono weryfikację istniejących źródeł pisanych i opracowań naukowych na ich temat oraz przygotowanie na tej podstawie naukowej monografii dla szlaku jako całości. Jednak autor badania wyraźnie zasygnalizował, że potrzebna jest także tematyczna weryfikacja obiektów i wyłączenie niektórych z nich z oferty szlaku [s. 204]. Wśród ważniejszych postulatów, artykułowanych wraz z konkretnymi wskazaniem w odniesieniu do sposobów ich realizacji [s. 204–206] znalazły się także: poprawienie faktycznej dostępności obiektów szlaku, skonstruowanie oferty pakietów tematycznych, unowocześnienie wystaw i wprowadzenie oferty mikroeventów tematycznych, wsparcie dla inwestycji uzupełniających luki w ofercie noclegowej, powiązanie źródeł i kanałów informacji i promocji szlaku i obiektów, wreszcie wspieranie

wprowadzania tematycznej oferty kulinarnej, przynajmniej w lokalach funkcjonujących w obiektach szlaku lub w ich bezpośrednim sąsiedztwie.

1.3.4. Przebudowa przestrzeni i reorganizacja oferty - „nowy” Szlak Piastowski.

Na szerszy kontekst kierunku i zakresu zmian w strukturze i ofercie Szlaku Piastowskiego składają się zarówno standardy współczesnej turystyki kulturowej i rozpoznane oczekiwania turystów [Steinecke 2011, s. 12-21] jak i aktualna sytuacja samego szlaku jako systemu eksploatacji turystycznej. Poniżej wymieniono najważniejsze czynniki współkształtujące tę ostatnią, które w decydującym stopniu wpłynęły na decyzję o podjęciu modyfikacji systemu:

1. wzrastająca konkurencja ofert turystycznych za granicą i w samym kraju, w tym pojawienie się dziesiątek nowych realnych i wirtualnych szlaków tematycznych, skutkujące obniżeniem pozycji Szlaku Piastowskiego jako dawniej niekwestionowanego wiodącego polskiego produktu w zakresie turystyki kulturowej, w tym edukacyjnej,
2. systematycznie malejąca w skali kraju liczba zorganizowanych wycieczek szkolnych [Nowacki 2009a, s.270], niosąca zagrożenie utraty dotychczasowej głównej grupy turystów,
3. niedostateczne efekty podejmowanych w skali lokalnej akcji zmierzających do poprawy organizacji i koordynacji funkcjonowania szlaku⁶⁶,
4. docenienie znaczenia markowego produktu regionalnego turystyki kulturowej jako magnesu dla turystyki krajowej i zagranicznej i ważnego elementu tożsamości regionalnej⁶⁷
5. fakt podjęcia w ostatnich latach szerzej zakrojonych badań Szlaku Piastowskiego jako systemu organizacji turystyki kulturowej i oferty tematycznej, eksploatującej

⁶⁶ Do takich inicjatyw należało m.in. zwołanie z inicjatywy senatora P. Gruszczyńskiego, Starostwa Powiatowego w Gnieźnie i Wielkopolskiego Urzędu Marszałkowskiego Forum Rozwoju Szlaku Piastowskiego w Gnieźnie (6.11.2009) z udziałem samorządowców i krajoznawców oraz administratorów obiektów Szlaku z województw wielkopolskiego i kujawsko-pomorskiego, w efekcie którego powołano Zespół Badawczo-Naukowy ds. Szlaku Piastowskiego, odpowiedzialny za gruntowną inwentaryzację szlaku. Już na początku 2010 roku członkowie zespołu uznali, że jakiegokolwiek działania naprawcze powinny być podejmowane po dokładnym rozpoznaniu sytuacji i potrzeb, co nie jest możliwe bez przeprowadzenia kompleksowych badań, w tym szczegółowej inwentaryzacji historycznej, pełnego audytu turystycznego przestrzeni szlaku oraz przy zapewnieniu odpowiednich środków. W rezultacie 20 marca 2010 w imieniu Zespołu jego koordynatorzy (prof. A. Wyrwa i A. Rzempała-Chmielewska) wystąpili do Marszałka województwa wielkopolskiego z inicjatywą powołania szerszego gremium specjalistów pod jego patronatem, odpowiedzialnego m.in. za szczegółowe określenie zakresu takich badań i nadzór nad ich realizacją oraz za przygotowanie na ich podstawie rekomendacji zmian w strukturze szlaku.

⁶⁷ Dowodem na zrozumienie dla znaczenia tego segmentu turystyki kulturowej i aspektu tożsamości regionalnej w Wielkopolsce jest m.in. zlecenie przygotowania i zamieszczenie w ostatnich dwóch latach na portalu Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej 12 opracowań wirtualnych szlaków tematycznych, eksploatujących poszczególne aspekty dziedzictwa kulturowego regionu [WOT www TK 2012].

powszechnie znany wątek dziejów narodowych⁶⁸ oraz upublicznienia wyników tych krytycznych analiz.

Wszystko to złożyło się na decyzję o rozpoczęciu pod patronatem Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego (a następnie także zaproszonego do współpracy Urzędu Marszałkowskiego Województwa Kujawsko-Pomorskiego) szeroko zakrojonego przedsięwzięcia modyfikacji przestrzeni i modernizacji oferty Szlaku Piastowskiego, zgodnej ze standardami współczesnej turystyki kulturowej. Dla realizacji tego celu została z dniem 20 maja 2011 powołana Rada Programowo-Naukowa ds. Szlaku Piastowskiego. W skład Rady weszli naukowcy, specjaliści w zakresie historii i turystyki kulturowej, samorządowcy, urzędnicy (z urzędów marszałkowskich obydwu województw) oraz przedstawiciel aktualnego koordynatora szlaku – Organizacji Turystycznej „Szlak Piastowski”. Wśród zadań Rady znalazły się: analiza przebiegu szlaku pod kątem autentyczności historycznej obiektów, analiza Szlaku Piastowskiego pod względem organizacji ruchu turystycznego, opracowanie kierunków i zakresu modernizacji oferty szlaku, ustalenie kryteriów przynależności do przestrzeni „nowego” szlaku, określenie zasad i nadzór nad opracowaniem dokumentacji historycznej jego obiektów, określenie zakresu i nadzór nad audytem turystycznym obiektów i przestrzeni szlaku, rekomendacja zmian w zakresie przestrzeni szlaku, przygotowanie dokumentów strategiczno – programowych w zakresie dalszego jego rozwoju, ochrona dziedzictwa historycznego i kulturowego szlaku, ustalenie listy działań w kierunku wzmocnienia pozycji i promocji szlaku na rynku usług turystycznych⁶⁹. Rozpoczynając swoje prace, jako podstawowe ogólne standardy dla koncepcji modernizacji Szlaku Piastowskiego Rada przyjęła opracowane przez badaczy turystyki kulturowej cztery kryteria materialności szlaków tematycznych: a) kryterium uzasadnionej tematyizacji (jako gwarancji autentyczności kulturowej), b) kryterium oznaczenia przebiegu tras oraz obiektów szlaku, c) kryterium (komunikacyjnej i faktycznej) dostępności obiektów oraz d) kryterium koordynacji szlaku jako systemu i oferty turystycznej⁷⁰. Ustalono następnie, iż w zgodzie z tymi kryteriami: należy 1) dokonać oceny zgodności tematycznej obiektów Szlaku Piastowskiego z przyjętą cezurą czasową powstania obiektów lub eksponatów, którą określono jako okres od połowy wieku X do roku 1370 – śmierci ostatniego Piasta na tronie polskim [*Rada PNdsSP 2011a*, s.2], 2) ustalić dopuszczalne typy obiektów:

⁶⁸ Por. Mikos v. Rohrscheidt A., [2009a; 2009b; 2009c; 2010a], wyniki tych badań były m.in. prezentowane na posiedzeniach wspomnianego Zespołu Badawczo-Naukowego.

⁶⁹ Część z wymienionych zadań została określona w dokumentach nominacyjnych członków Rady (wystawionych 20 maja 2011), pozostałe zostały doprecyzowane w trakcie pierwszych dwóch posiedzeń Rady, por. dokumenty [*Rada PNdsSP*, 2011a, 2011b; *Pismo Przewodnie* 2012, s.1].

⁷⁰ Szerzej na temat tych kryteriów: [Steinecke 2007, s.34; Mikos v. Rohrscheidt 2008a, s..293n; Mikos v. Rohrscheidt 2010a, s. 51-57].

pierwotne, wtórne i wykreowane dla potrzeb turystyki, 3) wyznaczyć docelowo linearny i zwarty przebieg szlaku [*Pismo Przewodnie* 2012, s.4]. Ponadto przyjęto, iż 4) z uwagi na fakt, że dotychczasowa „marka” Szlaku Piastowskiego jest powszechnie kojarzona z obszarem obu województw, jego przestrzeń także po reorganizacji nie będzie wykraczała poza teren województw wielkopolskiego i kujawsko - pomorskiego. Rada podjęła swoje działanie dwutorowo: poprzez sprecyzowanie zakresu koniecznych badań i powierzenie ich wykonania poszczególnym członkom Rady i utworzonym oraz kierowanym przez nich zespołom badawczym oraz w trybie regularnych spotkań całego gremium, na których prezentowano opinie, ekspertyzy i wyniki badań, przeprowadzano nad nimi dyskusje i formułowano oraz przyjmowano uchwały, które stawały się rekomendacjami w odniesieniu do poszczególnych aspektów struktury i funkcjonowania Szlaku Piastowskiego. Wiążącą moc tych rekomendacji, sposób ich włączania w konkretne decyzje oraz tryb ich wdrażania mają regulować decyzje obydwu Urzędów Marszałkowskich oraz podejmowane zgodnie z nimi kolejne działania koordynatora szlaku.

Do początku kwietnia 2012 Rada (której skład został poszerzony o przedstawicieli środowiska naukowego oraz administratorów obiektów z województwa kujawsko-pomorskiego), wykonała następujące działania: 1. zleciła i przyjęła przygotowany przez Armina Mikos v. Rohrscheidt Raport Otwarcia [Mikos v. Rohrscheidt 2011b], zestawiający dotychczasowe wyniki badań potencjału szlaku i rekomendujący zmiany w jego przestrzeni [Rada PNdsSP 2011a], 2. zleciła zespołowi kierowanemu przez prof. Andrzeja M. Wyrwę, prof. Hannę Kockę-Krenz i prof. Jerzego Strzelczyka inwentaryzację historyczną obiektów szlaku (obejmującą m.in. kwerendę źródeł, sporządzenie metryki wszystkich obiektów, ich opisu historycznego oraz bibliografii), po czym przyjęła i zatwierdziła jej wyniki, 3. zarekomendowała listę zmian w przestrzeni szlaku [Rada PNdsSP 2011b], 4. zatwierdziła zakres i metodologię audytu turystycznego przestrzeni szlaku oraz zakres i metodologię badań turystów w obiektach Szlaku Piastowskiego, zlecając w dniu 2 marca 2012 obydwu badania zespołom kierowanym przez A. Mikos v. Rohrscheidt [Rada PNdsSP, 2012], a także 5. przyjęła raport z audytu, oraz 6) raport z badań turystów.

Decyzję w sprawie rekomendacji listy obiektów Szlaku Piastowskiego oraz nowej przestrzeni szlaku Rada po dyskusji podjęła jednomyślnie w formie uchwały w dniu 2 grudnia 2011 [Rada PNdsSP 2011b, s. 8-9]. Uchwałę tę przekazano obydwu Marszałkom, a następnie podano do wiadomości publicznej przez Starostę Gnieźnieńskiego [*Pismo Przewodnie* 2012, s.3-4]⁷¹. Podstawami do dyskusji oraz decyzji

⁷¹ Warto wspomnieć, że rekomendacja nowej listy obiektów i przestrzeni Szlaku Piastowskiego wywołała natychmiast reakcje w zainteresowanych społecznościach lokalnych oraz mediach, którym towarzyszyły – lepiej lub gorzej uzasadnione – opinie na temat sensowności jakichkolwiek zmian przestrzen-

w sprawie poszczególnych obiektów były: przyjęty przez Radę Raport Otwarcia zawierający propozycje skreślenia części obiektów, zachowania innych pod pewnymi warunkami oraz przyjęcia jeszcze innych obiektów bezwarunkowo lub pod warunkami⁷² oraz dokumentacja poszczególnych obiektów, opracowana przez zespół pod kierownictwem wymienionych wyżej historyków. Zgodnie z rekomendacją Rady na „nowy” Szlak Piastowski mają się złożyć dwie trasy, krzyżujące się w Gnieźnie i łączące obiekty znajdujące się w następujących miejscowościach: **Lubiniu** (klasztor benedyktyński z dwoma kościołami - obiekt początkowy trasy), **Poznaniu** (zespół obiektów: Ostrów Tumski z Archikatedrą, Interaktywne Centrum Historii Ostrowa Tumskiego, Kościół św. Jana Jerozolimskiego na Komandorii, Muzeum Archeologiczne, Zamek Królewski, Multimedialna Makieta Grodu Poznańskiego, tematyczna trasa miejska w ramach oferty szlaku – Trakt Królewsko - CesarSKI), **Pobiedziskach** (Skansen Miniatur Szlaku Piastowskiego), na **Ostrowie Lednickim** (zespół obiektów: grodzisko na Wyspie Lednickiej wraz z tzw. Małym Skansenem z wystawą oraz ekspozycja przy biurach muzeum), **Gnieźnie** (zespół obiektów: Archikatedra, Muzeum i Archiwum Archidiecezjalne, Muzeum Początków Państwa Polskiego, Kościół Franciszkanów), **Żninie** (Muzeum Ziemi Pałuckiej), **Biskupinie*** (Rezerwat Archeologiczny z muzeum i ośrodkiem archeologii eksperymentalnej), **Trzemesznie** (bazylika NMP), **Mogilnie** (kościół Św. Jana Apostoła i Ewangelisty z kompleksem poklasztornym), **Strzelnie** (kościół Św. Prokopa i Św. Trójcy), **Inowrocławiu** (kościół Imienia NMP, tzw. Ruina), **Kruszwicy** (kolegiata Św. Piotra i Pawła, i tzw. Mysia Wieża), **Płowcach** (pomnik bitwy polsko – krzyżackiej z 1331 r.), **Brześciu Kujawskim** (kościół św. Stanisława z pomnikiem Władysława Łokietka), **Włocławku*** (katedra, uzupełniona ekspozycja Muzeum Historii Włocławka* - obiekt końcowy trasy). Na trasie drugiej znalazły się obiekty zlokalizowane w **Wągrowcu*** (klasztor pocysterski, Muzeum Regionalne – obiekt

nych, częstokroć odwołujące się do rzekomo nie zmienianego „od początków” przebiegu szlaku. Jako przykłady takich reakcji wskazujemy tutaj na wybrane stanowiska, w tym zarówno medialne: jak opinie samorządowców z urzędu miejskiego w Żninie, zamieszczone w reportażu telewizyjnym TVP Bydgoszcz pt. „Szlak Piastowski się skurczył...” (30.03.2012), opinie przedstawicieli PTTK w Toruniu w ramach audycji bydgoskiego Radia PIK z dnia 30.08.2011 pt. „Szlak Piastowski” czy zamieszczony na portalu informacyjnym Pałukity.pl w dniu 7 grudnia 2011 artykuł pt. „Nie damy się usunąć”; jak i oficjalne stanowiska samorządowców: Apel radnych Gminy Gąsawa do Rady Programowo-Naukowej ds. Szlaku Piastowskiego z dn. 15. 12. 2011 o nie wprowadzanie zmian w przebiegu Szlaku Piastowskiego; Uchwałę nr XIII/93/2011 Rady Powiatu w Żninie z dn. 28 grudnia 2011 i pismo towarzyszące Starosty Żnińskiego z dnia 3.01.2012, skierowane do Rady i przechowywane w jej dokumentacji.

⁷² Wzmiankowany Raport Otwarcia zawierał nie tylko konkretne, opatrzone uzasadnieniem obiektów odnoszących się imiennie do każdego obiektu, sugestie bezwarunkowego lub warunkowego pozostawienia, wpisania lub usunięcia z listy, ale także propozycje włączenia szeregu wartościowych obiektów usuwanych z listy Szlaku Piastowskiego do regionalnych szlaków kulturowych [Mikos v. Rohrscheidt 2011b, s. 4-15]. Sugestie te w znakomitej większości zostały zaaprobowane przez Radę [por. *Rada PNdsSP* 2011b, s.8-9].

początkowy trasy), **Łeknie*** (zespół stanowisk archeologicznych grodu i klasztoru cysterskiego z trasą turystyczną). Na trasie drugiej Gnieźnie (jak wyżej), **Grzybowie** (zespół: grodzisko piastowskie i muzeum), **Gieczu** (rezerwat archeologiczny z muzeum, kościół św. Mikołaja), **Łądzie nad Wartą** (kompleks dawnego opactwa cysterskiego), **Koninie*** (koniński słup milowy) i **Kaliszu** (Rezerwat na Zawodziu, Muzeum Okręgowe Ziemi Kaliskiej, kościół św. Mikołaja - obiekt końcowy trasy).

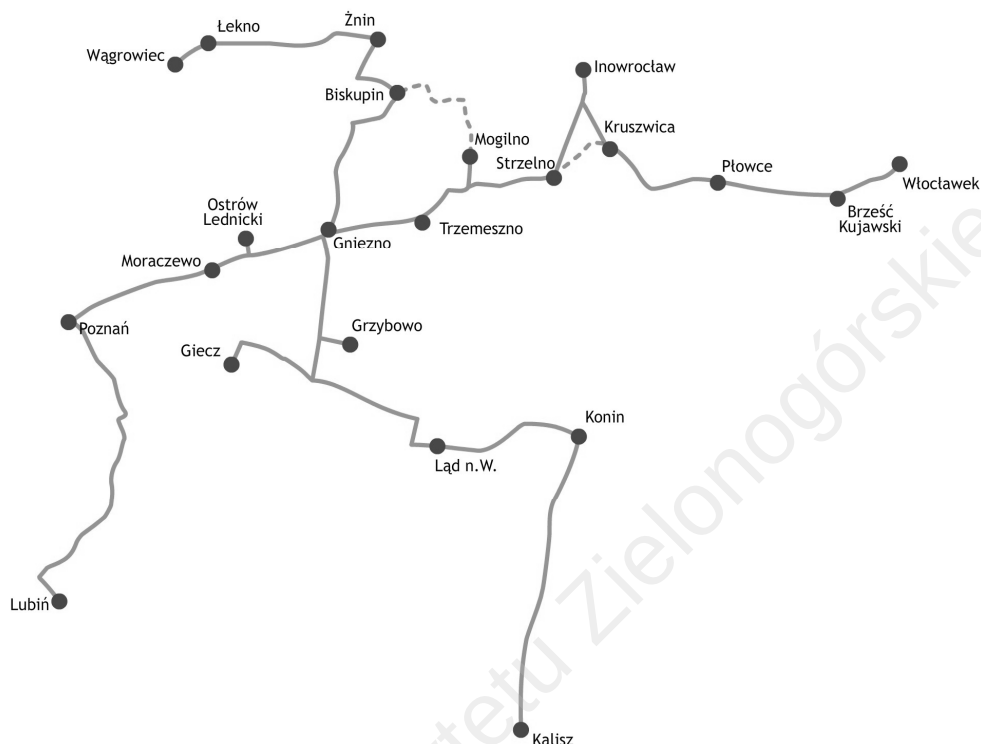
Obiekty oznaczone powyżej gwiazdką zostały zarekomendowane pod warunkiem spełnienia określonych warunków, m.in. zrealizowania odrębnej wystawy zgodnej w swoim tematycznym zakresie z profilem Szlaku Piastowskiego (jak Biskupin, Wągrowiec, Włocławek) lub lokalnej trasy turystycznej (Łekno). Zestawienie tego spisu z zamieszczonym powyżej wywodem historycznym pozwala stwierdzić, że rekomendacje Rady obejmują nie tylko skreślenie z listy obiektów Szlaku Piastowskiego (listy wciąż jak dotąd nieformalnej, a tylko zwyczajowo uznawanej na podstawie publikacji krajoznawczych) szeregu obiektów nie związanych z piastowskim dziedzictwem, ale także wpisanie na nową listę miejscowości niegdyś już zaliczanych do Szlaku Piastowskiego, jak Łekno i Wągrowiec, oraz włączenie nowych, dotąd nieobecnych w publikowanych przewodnikach, jednak posiadających obiekty związane w sposób niekwestionowany z dziedzictwem piastowskim, jak Konin, Kalisz, Łąd nad Wartą⁷³ F Włocławek, Płowce czy Brześć Kujawski. Wszystkie te nowo wpisywane obiekty mają dobrze udowodnioną „piastowską” metrykę, a niektóre z nich wnoszą do przestrzeni szlaku nowe interesujące wątki, których wyeksponowanie i eksploatacja przyniesie nie tylko uzupełnienie edukacji o ludziach i wydarzeniach epoki piastowskiej, ale także urozmaicenie profilów i typów obiektów obecnych w strukturze szlaku. Przykładowo włączenie obiektów w Łądzie, Lubiniu oraz Kaliszu skutkuje dołączeniem do historycznej „narracji” szlaku bohaterów czasu rozbitcia dzielnicowego monarchii piastowskiej (Mieszka Starego i Władysława

Laskonogiego)⁷⁴. Z kolei dodanie obiektów w Brześciu Kujawskim i Płowcach

⁷³ Obiekt w Łądzie jako jedyny z wymienionych był proponowany do zwiedzania w ramach Szlaku jedynie przez przytaczany przewodnik Pascala z roku 2006 - ponieważ jednak była to jednorazowa taka propozycja, nie został umieszczony w tabeli 1.

⁷⁴ W tym kontekście można zastanawiać się nad decyzją o formalnym wpisie na listę szlaku Marcinkowa Górnego (domniemanego miejsca śmierci księcia Leszka Białego, gdzie zlokalizowany jest jego pomnik). Wydarzenie to jest wprawdzie powiązane z tzw. zjazdem w Gąsawie (1227), jednak z uwagi na brak jakiegokolwiek materialnego reliktu tego faktu na miejscu trudno rekomendować samą Gąsawę na listę obiektów „nowego” szlaku. Przy modyfikacji przestrzeni szlaku przyjęto bowiem oczywiste w turystyce założenie, że sam przekaz historyczny bez możliwości odwiedzenia konkretnego miejsca (najlepiej zagospodarowanego turystycznie) nie jest dla turystów atrakcyjny. Spowodowało m.in. także nie wpisanie na nową listę obiektów Rogoźna, także posiadającego podobny epizod w swojej historii. Nic jednak nie stoi na przeszkodzie wykreowaniu w tej miejscowości materialnej atrakcji tematycznej

Ryc. 13. Schemat rekomendowanego przez Radę PdsSP „nowego” Szlaku Piastowskiego



Opracowanie: www.szlakpiastowski.com.pl (2012), na podstawie: Prezentacja A. Mikos v. Rohrscheidt z 6.09.2011 [Rada NP. ds. SP 2011b]

stanowi szansę na wyeksponowanie w autentycznych miejscach wątków związanych z osobami ostatnich polskich władców piastowskich, dotychczas słabo obecnych i częstokroć „przykrywanych” warstwą legend (jak Kazimierzowska w swej genezie Mysia Wieża w Kruszwicy). Natomiast Konin i jego XII-wieczny „słup milowy” wnosi w ofertę szlaku nowy - dotychczas nieobecny - aspekt funkcjonowania średniowiecznego państwa - jego infrastrukturę komunikacyjną⁷⁵. Nowy, rekomendowany przez Radę przebieg Szlaku prezentuje załączony schemat (**Ryc. 13**).

(np. biograficznego muzeum Leszka Białego obejmującego multimedialną ekspozycję poświęconą zjazdowi i jego historycznemu tłu, w tym m.in. projekcję fabularyzowanego dokumentu filmowego lub inną prezentację). Taki sposób uzasadnienia faktycznej przynależności do szlaku tematycznego przyniosłby w opinii autora zdecydowanie większy efekt (i korzyści) niż jałowe protesty, nie zmieniające w niczym faktu, że wspomniana miejscowość na dzień dzisiejszy żadnych atrakcji tematycznych nie posiada. Natomiast posiadając taki obiekt Gąsawa stałaby się automatycznie cennym punktem na nowym Szlaku Piastowskim.

⁷⁵ W tym miejscu warto zaznaczyć, że tak dla słabo wyeksponowanego w otaczającej przestrzeni obiektu w Koninie, jak i kilku innych (pomnik w Płocicach, muzeum we Włocławku, wykopaliska w Łeknie) bardzo istotnym będzie podjęcie w najbliższym czasie działań zmierzających do ich atrakcyjnego turystycznego zagospodarowania, w tym nie tylko oznaczenia, ale przede wszystkim należytego wyekspono-

W konsekwencji ustalenia takiej listy obiektów szlaku znacznym zmianom uległa jego przestrzeń. Przestrzeń szlaku turystyczno-kulturowego definiuje się jako „terytorium wszystkich gmin administracyjnych, w których znajdują się obiekty danego szlaku” [Mikos v. Rohrscheidt 2010a, s.154]. Kluczowe dla oceny potencjału szlaku, ale także dla organizacyjnego i komercyjnego aspektu jego funkcjonowania pojęcie przestrzeni szlaku zostało po raz pierwszy zaakcentowane w polskiej literaturze naukowej przez J. Styperka [2002, s. 25] w odniesieniu do wszystkich typów szlaków turystycznych - wówczas pod nazwą „strefy percepcji krajobrazu multisensorycznego”. W badaniach nad szlakami turystyczno-kulturowymi (posiadającymi znacznie dłuższe trasy i zwiedzanymi w większości przez turystów zmotoryzowanych lub posługujących się innymi środkami lokomocji, w tym rowerem) zostało ono zredefiniowane i rozszerzone do znacznie większego obszaru. Przyczyną tego jest potwierdzana wynikami analiz zachowań turystów kulturowych konstatacja, że to właśnie taka przestrzeń – najbliższa okolica głównych atrakcji, niekoniecznie fizycznie w całości postrzegana, natomiast szybko i łatwo osiągalna przez odwiedzającego te atrakcje turystę - ostatecznie jest jego celem [Mikos v. Rohrscheidt 2010a, s.87, 154-158, 348]. Spędza on w niej swój czas wolny zarówno w trakcie zwiedzania, jak i poza nim, przy czym korzysta zarówno z innych oferowanych mu atrakcji związanych i nie związanych z tematyką szlaku, jak i z usług turystycznych (informacja, przewodnictwo, gastronomia, komunikacja lokalna, noclegi, organizacja wypoczynku, oferta kulturalna i rozrywkowa) i w rezultacie przyczynia się do generowania zysków. W tym kontekście obiekty formalnie uznane jako „obiekty szlaku” i postrzegane z perspektywy turystów jako wartościowe cele wycieczki, często główne atrakcje, decydujące o podjęciu wyprawy, z lokalnej perspektywy ekonomicznej można traktować raczej jako „magnesy turystyczne” a z perspektywy lokalnej oferty turystycznej przede wszystkim jako najcenniejsze ogniwa „pakietu lokalnego”, który może, a nawet powinien zawierać także inne elementy. Są wśród nich także pozostałe atrakcje (w tym na pierwszym miejscu takie, które zaakceptuje turysta kulturowy jako pozostające w kręgu jego zainteresowań), obiekty infrastruktury (miejsca noclegu i lokale gastronomiczne), miejsca aktywnego wypoczynku i rozrywki oraz inne. Nic nie stoi na przeszkodzie, by powiązać je w indywidualne pakiety turystyczne (lokalne produkty złożone, dostarczające potrzebnych i pożądanых

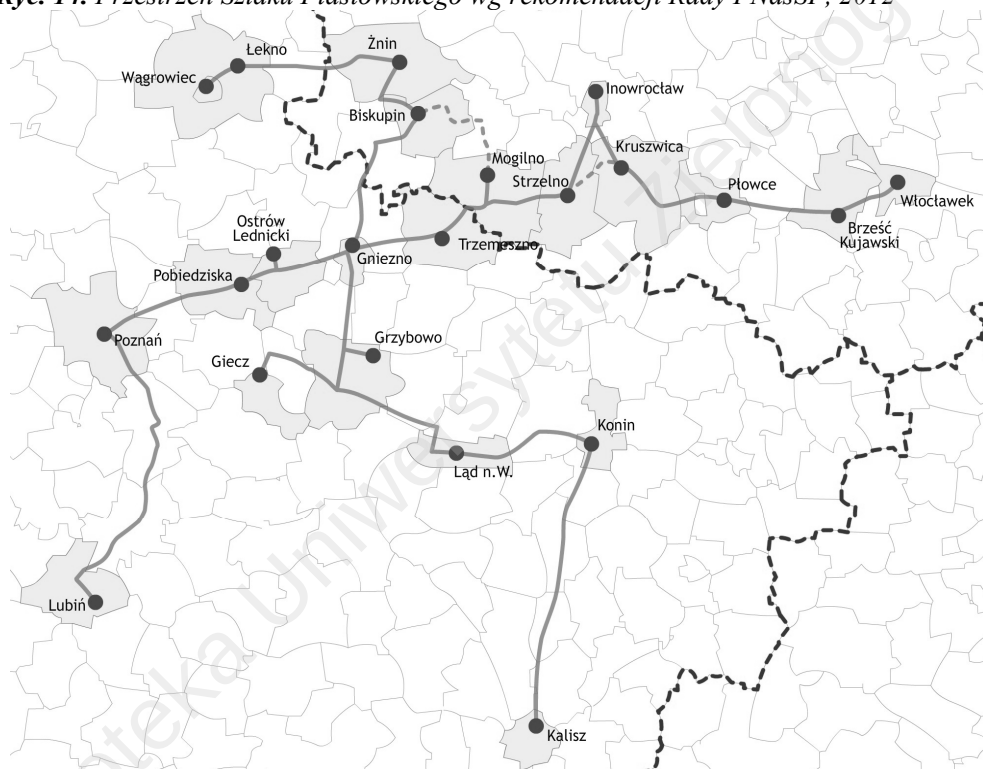
nowania i stworzenia tematycznej narracji na miejscu (to ostatnie w formie już to odrębnej wystawy, już to multimedialnej prezentacji albo jeszcze innej). Samo naukowe uzasadnienie tematyzacji danego obiektu, choć w przypadku szlaku kulturowego konieczne, jest bowiem niewystarczające. Tylko dzięki konkretnym przedsięwzięciom najpierw atrakcyjnego zagospodarowania, a potem promocji okazuje się on obiektem faktycznie interesującym dla turystów i odnosi komercyjny sukces w postaci ich licznych odwiedzin. Natomiast w innym wypadku umieszczenie na liście obiektów szlaku może przynieść tylko efemeryczny efekt krótkotrwałego i wyłącznie medialnego zainteresowania na lokalną skalę.

usług) i lokalne trasy turystyczne (propozycje zwiedzania, zatrzymujące turystę na dłużej lub powodujące rozszerzenie programu zwiedzania przez organizatora wycieczki, zorganizowane wokół głównej atrakcji – obiektu szlaku i urozmaicające albo uzupełniające jego turystyczną eksploatację). Do wykorzystania przestrzeni wokół obiektów mogą zachęcać umieszczone przy tych obiektach tablice informacyjne, prezentujące listę pozostałych atrakcji, trasę lokalną oraz miejscową infrastrukturę turystyczną) a także dostępne w samych obiektach materiały lokalnej informacji turystycznej. W myśl tej koncepcji przestrzeń „nowego” Szlaku Piastowskiego może i powinna być rozwijana za pomocą inicjatyw lokalnych, a obiekty, nie wpisane formalnie na listę obiektów szlaku mogą uzyskać nie mniejsze od nich powodzenie wśród turystów. Takie rozwiązanie, proponowane przez autora zarówno w jego opracowaniach [m.in. Mikos v. Rohrscheidt 2010a], jak i w takcie pracy Rady PNdsSP [*Rada PNdsSP 2011b*, s.2] może stanowić bardzo dobry punkt wyjścia i ramę organizacyjną dla lokalnych strategii m.in. dla miejscowości i obiektów znajdujących się w gminach z obiektami szlaku, a bezpośrednio nie włączonych do niego lub zeń usuniętych (jak np. Gąsawy, Marcinkowa Górnego, Wenecji – wszystkich położonych w gminie Gąsawa, posiadającej przecież obiekt Szlaku Piastowskiego w Biskupinie) w gminach takich jak Radziejów (obiekt w Płowcach), Września (obiekt w Grzybowie), Łubowo (obiekt na Ostrowie Lednickim) lub w większych miastach w przestrzeni szlaku jak Poznań, Włocławek, Inowrocław, Gniezno, Kalisz czy Konin, posiadających szereg atrakcyjnych zabytków oraz miejsc organizacji czasu wolnego. Raport z audytu turystycznego Szlaku Piastowskiego (obejmującego nie tylko jego obiekty, ale właśnie tak zdefiniowaną przestrzeń) dostarcza nie tylko listę potencjalnie interesujących obiektów w poszczególnych gminach, ale zawiera także przynajmniej kilka propozycji takich lokalnych pakietów i tras dla turystów zwiedzających szlak. Tym samym na jego podstawie można formułować pierwsze lokalne strategie zagospodarowywania nowej przestrzeni szlaku, co m.in. jest przedmiotem niniejszej pracy. Przestrzeń „nowego” Szlaku Piastowskiego zgodna z rekomendacją Rady prezentuje zamieszczona poniżej mapa (**Rycina 14**).

Rekomendowana przez Radę przestrzeń Szlaku, przedstawiona jak wyżej, stała się z kolei, jak już wspomniano, przedmiotem audytu turystycznego, który zlecono zespołowi kierowanemu przez A. Mikosa v. Rohrscheidt. Audyt, zlecony przez Radę i Marszałka województwa wielkopolskiego, objął badanie obiektów szlaku wraz z ich ofertą turystyczną, obsługą oraz infrastrukturą, a także inne atrakcje turystyczne, infrastrukturę turystyczną (w tym noclegową i gastronomiczną oraz komunikacyjną, informację i obsługę turystyczną w przestrzeni szlaku oraz możliwości rozwinięcia w oparciu o obiekty szlaku lokalnych ofert turystycznych. Jego wyniki zostały przedstawione Radzie 25 maja 2012 [*Raport z audytu SP 2012*]. Drugi etap badań,

prorowadzonych na zlecenie Rady i Marszałka Województwa Kujawsko-Pomorskiego przez zespół kierowany przez A. Mikosa v. Rohrscheidt w okresie między 15 kwietnia a 15 sierpnia 2012 obejmował badania turystów obiektach szlaku. W jego wyniku zostały ustalone 1. profil demograficzny i społeczny typowych konsumentów oferty szlaku (jednocześnie turystów zainteresowanych turystyką dziedzictwa kulturowego i konkretną ofertą tematyczną), 2. ich preferencje turystyczne, 3. zachowania wpływające na generowanie ruchu turystycznego i wykorzystanie oferty szlaku, wreszcie 4. ich jego opinie o szlaku i obiektach, w tym samej ofercie i obsłudze turystycznej. Kompletny raport z tych badań zaprezentowano Radzie w dniu 18. września 2012 [*Raport z badań turystów*, 2012].

Ryc. 14. *Przestrzeń Szlaku Piastowskiego wg rekomendacji Rady PNdsSP, 2012*



Źródło: opracowanie: własne na podstawie [Rada PNdsSP, 2012]

Na podstawie obydwu raportów i dyskusji członków Rady zostały: 1. uznane za wykonane lub ustalone w szczegółach oraz z terminami realizacji zalecenia w odniesieniu do obiektów warunkowo pozostawionych lub wpisanych na listę szlaku, 2. zestawiona lista pożądanych korekt oferty oraz inwestycji w obiektach i w ich bezpośredniej bliskości oraz 3. sformułowane zalecenia w odniesieniu do koordynacji szlaku i monitoringu jego bieżącego funkcjonowania oraz jego promocji. Wyko-

nanie tych zadań oraz określenie strategii rozwoju Szlaku Piastowskiego na najbliższe lata znajduje się w agendzie Rady na rok 2013. Dalsze działania na rzecz modernizacji oferty Szlaku Piastowskiego powinny być podejmowane przez władze regionalne i lokalne [*Rada PNdsSP* 2012, s.6].

W miarę postępu prac Rady, pojawiania się konkretnych wyników badań i formułowanych na ich podstawie rekomendacji konieczne okazało się dookreślenie statusu Rady oraz jej kompetencji w stosunku do szlaku i sposobu przełożenia jej zaleceń na przestrzeń szlaku i formy jego funkcjonowania oraz na działania podejmowane w związku z jego przebudową. Nastąpiło to w formie *listu intencyjnego* Marszałków województw Wielkopolskiego i Kujawsko-Pomorskiego, podpisanego 4 września 2012 w Gnieźnie [*List Intencyjny... 2012*], a także przyjęcia Regulaminu prac Rady. List określa w swoim podtytule „*restytucję Szlaku Piastowskiego*” jako cel nadrzędny, a w preambule zatwierdza dotychczasowy dorobek Rady. Ponadto wylicza imiennie listę priorytetów dla kolejnych działań, które zgodnie z wolą Marszałków mają być podejmowane „w celu uzyskania efektu synergii działań i osiągnięcia wzajemnych korzyści wynikających z popularyzacji i rozwoju Szlaku Piastowskiego”. Są wśród nich (sformułowania cytowane dosłownie za dokumentem): rozwój i popularyzacja Szlaku, pielęgnowanie dziedzictwa kulturowego związanego ze Szlakiem Piastowskim, zwiększenie możliwości jego turystycznego wykorzystania, zwiększenie atrakcyjności turystycznej obydwu regionów przez wykorzystanie potencjału Szlaku, tworzenie warunków sprzyjających podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej skupionej wokół Szlaku, priorytetowe potraktowanie infrastruktury szlaku w ramach przyszłej perspektywy unijnej na lata 2014-20, koordynacja egzaminów dla przewodników po obszarze Szlaku. Nadzór merytoryczny nad „nową przestrzenią historyczną i geograficzną Szlaku Piastowskiego”, za którą *expressis verbis* uznano tę „wyznaczoną w roku 2011” powierzono Radzie Programowo – Naukowej ds. Szlaku Piastowskiego, która ma w tym zakresie działać w oparciu o własny regulamin (por. p. 2 Listu). Moment podpisania Listu należy uznać za punkt zwrotny w procesie reorganizacji Szlaku Piastowskiego. Zatwierdza on bowiem rekomendowaną przez Radę nową listę obiektów Szlaku Piastowskiego - a zatem automatycznie także nową przestrzeń Szlaku, na która składają się gminy posiadające takie formalnie uznane obiekty. Tym samym - po raz pierwszy dziejach Szlaku Piastowskiego - w postaci oficjalnego dokumentu określona została jego przestrzeń fizyczna. Do tej listy obiektów i tej przestrzeni muszą odnieść się kolejne badania i formułowane na ich podstawie wnioski, a następnie przedsięwzięcia ukie-
runkowane na nową organizację szlaku jako systemu, poprawę infrastruktury turystycznej i komunikacyjnej, modyfikację i rozbudowę oferty turystycznej, zintegrowaną informację turystyczną i promocję.

1.4. Koncepcja metodologiczna badań

Złożoność przedmiotu badań i wynikająca z niej potrzeba stosowania kombinacji metod badawczych czynią koniecznym szersze przedstawienie przyjętej metodologii, co jest treścią niniejszego podrozdziału. W jego pierwszej części (1.4.1) zostanie ukazana ogólna koncepcja badań i uzasadniony dobór oraz złożenie metod, przy czym każda z nich zostanie krótko opisana wraz ze wskazaniem zakresów badania, gdzie została zastosowana. W kolejnych dwóch częściach (1.4.2. i 1.4.3) zostaną szczegółowo opisane dwie metody, opracowane dla potrzeb badania Szlaku Piastowskiego, z których pierwsza, zastosowana w audycie szlaku sama jest rezultatem złożenia i oparta jest na schemacie triangulacji. W ostatniej części (1.4.4) zostanie krótko zrelacjonowany przebieg badań i przedstawieni ich wykonawcy.

1.4.1. Całościowa koncepcja badań

Zgodnie z założeniami opisanymi we wprowadzeniu do pracy, przedmiotem badań jest konkretny system tematykacji i organizacji turystyki kulturowej, ważny dla dystrybucji rodzimego dziedzictwa kulturowego – Szlak Piastowski. Ich głównym celem jest dostarczenie odpowiedzi na pytania: w jakim stopniu i za pomocą jakich środków w jego przestrzeni realizuje się przekaz i popularyzacja określonego tematem szlaku aspektu polskiego dziedzictwa kulturowego? na ile aktualna struktura i oferta szlaku, poziom zagospodarowania turystycznego w przestrzeni i model organizacji systemu odpowiadają standardom współczesnej turystyki kulturowej? wreszcie: przez kogo i jak szlak jest wykorzystywany jako oferta czasu wolnego, stojąca w konkurencji do innych ofert? Na podstawie wyników tych badań zakłada się także możliwość sformułowania propozycji rozwiązań rozpoznanych problemów oraz przedstawienia ogólnej koncepcji przebudowy struktury szlaku, która – zrealizowana - zapewniłaby jak najlepszą efektywność zakładanego programowo przekazu wiedzy i doświadczenia kulturowego, a jednocześnie lepszy odbiór jego oferty wśród jej adresatów, wzrost pozycji konkurencyjnej systemu na krajowym rynku destynacji turystycznych i w ślad za tym - wzrost skali odwiedzin turystycznych.

Metody zastosowane w badaniu muszą być adekwatne zarówno do złożonej problematyki (łącznie ocenę instrumentów służących przekazowi treści kulturowych, ustalenie profilu odbiorców oferty, w tym ich udziału w kulturze, rozliczne aspekty funkcjonowania różnych typów obiektów, a także ocenę stanu infrastruktury i szeregu usług), jak i do samego przedmiotu badania, w szczególności skomplikowanej struktury przestrzennej i wielorakich aspektów zarządzania złożonym systemem eksploatacji turystycznej dużego obszaru. Nie mogą to być zatem wyłącznie metody stosowane w naukach humanistycznych, jednocześnie zdecydowanie nie wystarczą także

te, które sprawdzają się w poszczególnych dziedzinach socjologii i w badaniach ekonomicznych aspektów turystyki. Dlatego zdecydowano się na **metodę mieszaną** („*mixed methods research*”), to jest zastosowanie zespołu różnorodnych (kwalitatywnych i kwantytatywnych) metod badawczych dla lepszego zrozumienia badanego problemu, niż mogłoby to mieć miejsce przy użyciu wyłącznie metod jednego lub drugiego typu [Creswell, Plano Clark 2007, s.5]. W tym wypadku różnorodne metody zastosowano na etapie zbierania i ewaluacji danych odnoszących się do poszczególnych zakresów badania. W całościowej koncepcji badania stosowane metody połączono w ten sposób, by w jednych poszczególnych aspektach określały one zasady i porządkowały procedury pozyskiwania danych i ich ewaluacji odrębnie, jednak w niektórych innych zakresach mogły być zastosowane paralelnie tak, by umożliwić pozyskanie wiedzy z różnych źródeł na temat tego samego aspektu funkcjonowania systemu. Pozyskiwana z ich zastosowaniem fragmentaryczna wiedza została następnie zestawiona i poddana analizie dla uzyskania ostatecznego, całościowego rezultatu badań, zgodnie z założonymi celami. Tego rodzaju koncepcje i taki sposób realizacji badań złożonej problematyki są spotykane na gruncie nauk humanistycznych [Denzin 2006; O'Donoghue, Punch 2003, s. 78], w tym także w badaniach nad zjawiskiem turystyki kulturowej. Teoretycy tych badań szczegółowo rozważali przydatność licznych sprawdzonych metod w poszczególnych zakresach prowadzonych badań [Jennings 2007, s. 27; Richards, Munsters 2010a; 2010b, s. 3-9; Melkert, Vos 2010, s. 34-39, Munsters 2010s.54-59]. Paralelne i komplementarne zastosowanie metod kwantytatywnych (generalnie typowych dla nauk empirycznych) oraz kwalitatywnych (wykorzystywanych głównie we współczesnych badaniach w naukach społecznych) zostało w przytaczanych pracach wprost zaproponowane w odniesieniu do tej sfery badań, a jego pozytywne efekty udokumentowane przypadkami konkretnych analiz. Jest ono tam określane jako metody kombinowane („*combined methods*”) lub metody mieszane („*mixed methods*”).

Zastosowanie metody mieszanej w ogólnej koncepcji badań Szlaku Piastowskiego ilustruje poniższa **Rycina 15**.

Schemat ukazuje poszczególne zakresy badań, do których zastosowano poszczególne metody. W skali całego badania pozyskiwanie danych z zastosowaniem wymienionych metod odbywało się odrębnie, a ich wyniki były zestawiane dopiero na etapie ogólnej ewaluacji, każdorazowo w odniesieniu do danego zakresu badania. Dopiero na podstawie tak uzyskanych wyników, odnoszących się do poszczególnych zakresów badania dokonano zbiorczej analizy wyników oraz sformułowano wnioski i postulaty w odniesieniu do przebudowy struktury organizacyjnej szlaku.

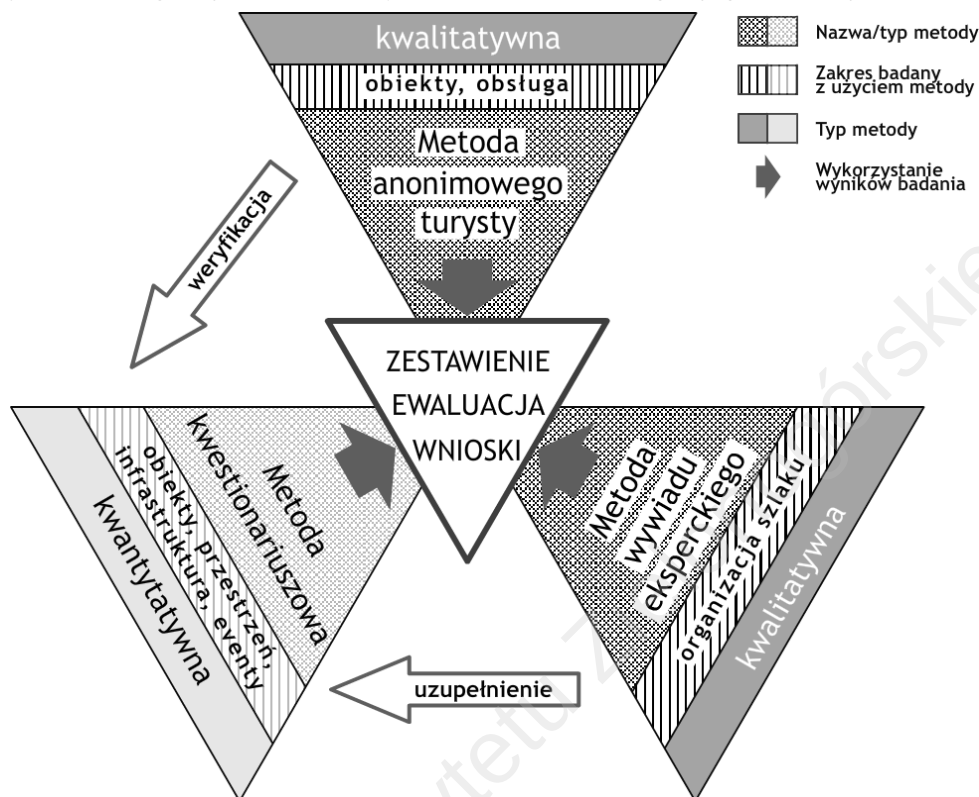
Ryc. 15. Całościowa koncepcja badania Szlaku Piastowskiego



Źródło: opracowanie własne

Centralnym elementem badania, w którym, ze względu na złożoność materii, konieczne było zastosowanie różnorodnych metod w tym samym aspekcie był audyt obiektów i przestrzeni Szlaku Piastowskiego. Taką procedurę zastosowano w szeregu zrealizowanych w różnych miejscach badań szczegółowych, których przedmiotami były poszczególne obszary recepcji turystyki kulturowej (gminy) oraz konkretne atrakcje (obiekty szlaku). Powiązanie metod kwantytatywnych i jakościowych zastosowanych tego samego aspektu badania przy wykorzystaniu wyników analizy pochodzących z jednej metody (najczęściej z grupy tych pierwszych) do kolejnych badań (z pomocą tych drugich) określa się mianem **triangulacji metodologicznej**. Jest ona uznana na gruncie badań socjologicznych, gdzie jedną z jej typowych postaci jest konfrontacja danych uzyskanych z badań ilościowych lub z analizy dokumentów z ocenami i opiniami uzyskanymi na drodze wywiadu z przedstawicielami określonej grupy, dobranej według z góry przyjętych kryteriów [Łuczewski, Bednarz-Łuczevska 2012, s. 183]. Przykładami zastosowań triangulacji w badaniach z zakresie turystyki kulturowej są badania prowadzone m.in. w Budapeszcie [Puczek, Bard, Fazi 2010] oraz w Santiponce [Castellanos-Verdugo, Caro-Gonzalez, Oviedo Garcia 2010, s. 117-120]. W badaniach będących przedmiotem niniejszego opracowania model triangulacji został zastosowany w koncepcji realizacji audytu turystycznego. Zgodnie z założeniami sekwencyjnej strategii transformatywnej dane ilościowe i jakościowe były przy tym zbierane osobno (według zasad triangulacji pragmatycznej), a ich rezultaty zostały zintegrowane dopiero w fazie interpretacji danych z uwzględnieniem zrównoważonej perspektywy teoretycznej. Zastosowanie triangulacji metod w audycie Szlaku Piastowskiego ilustruje **Rycina 16**.

Ryc. 16. Triangulacja metod w audycie Szlaku Piastowskiego i jego ewaluacji.



Opracowanie własne na podstawie ogólnego schematu triangulacji [Dillman, Salant 1994, s. 46]

Schemat ukazuje wzajemną relację poszczególnych badań składających się na koncepcję audytu Szlaku Piastowskiego i zastosowanie wyników jednych do uzupełnienia innych lub ich korekty na etapie analizy. W niektórych przypadkach badania były wobec siebie komplementarne i dostarczały różnych danych składających się na całościowy obraz, w innych dane pozyskane za pomocą jednej metody weryfikowały te zebrane za pomocą innej. I tak wywiady eksperckie, zbierające opinie o jakości i efektywności organizacji szlaku uzupełniały dane pozyskane za pomocą badań kwestionariuszowych, ustalających zakres tej organizacji na podstawie istnienia danych ofert lub deklaracji wykonywania danych usług. Z kolei - w stosunku do oferty i jakości obsługi w obiektach szlaku - kwestionariusze wypełniane po anonimowej wizycie sprawdzały i korygowały obraz uzyskany przez badanie kwestionariuszowe obiektu w odniesieniu do tego samego aspektu badania.

Ostatecznie na kombinowany system pozyskiwania danych złożyły się:

1. **Metoda kwestionariuszowa** (ilościowa), zastosowana do systematycznego zbierania danych w obiektach oraz w gminach w przestrzeni szlaku, w tym dotyczących

oferty obiektów i lokalnej oferty turystycznej oraz obsługi turystów, której narzędziami były trzy rodzaje kwestionariuszy: KAO (kwestionariusz audytu obiektu), KAG (kwestionariusz audytu gminy w przestrzeni szlaku) oraz ZONiG (zestawienie obiektów noclegowych i gastronomicznych w gminie).

2. **Metoda wywiadu eksperckiego** (jakościowa) będąca dostosowaną przez autora aplikacją pogłębionego wywiadu i wywodząca się z teorii ugruntowanej („grounded theory”), szeroko stosowanej w naukach społecznych [Bartlett, Payne, 1997, s. 174nn], zaprezentowanej, szczegółowo przeanalizowanej i zalecanej przez teoretyków jako przydatny instrument badań w zakresie turystyki [Jennings 2005 s.101-115]. W przypadku badań Szlaku Piastowskiego ta metoda była stosowana do realizacji wywiadów z szerokim gronem fachowców z różnych dziedzin, powiązanych z funkcjonowaniem lub formułowaniem oferty szlaku. Celem zastosowania tej metody było uzupełnienie wiedzy na temat koordynacji szlaku, jakości jego oferty oraz problemów jego funkcjonowania i pozyskanie ich opinii na temat potrzeb modyfikacji oferty systemu. Wywiad miał strukturę wywiadu standaryzowanego, nieustrukturyzowanego [Jemielniak 2012, s.113], to jest obejmował szereg pytań otwartych, zadawanych wszystkim rozmówcom w identycznej kolejności. Narzędziem stosowanym w realizacji badań był jednolity formularz wywiadu.

3. **Metoda „anonimowego turysty”** (jakościowa), stanowiąca aplikację powszechnie stosowanej metody anonimowego klienta („mystery client”), opracowywanej i stosowanej także w polskim obszarze usług [Wódkowski 2007]. Została już szereg lat temu zaadaptowana dla potrzeb badań w turystyce [Miller, Hudson, Turner 2005, s. 120 i 125], w tym także w turystyce kulturowej [Munsters 2010, s.57-58], także na terenie polskim [Kruczek 2012, s.98-100nn]. Do badania szlaku kulturowego użył jej po raz pierwszy w Polsce Łukasz Gawęł [Gawęł 2012, s. 5, 20-23]. Dla potrzeb niniejszego badania została ona zmodyfikowana i zastosowana w badaniu dostępności oraz poziomu obsługi w obiektach szlaku, a jej narzędziem był jednolity formularz stosowany przez badających zgodnie z opracowaną instrukcją.

Prócz opisanych metod użytych w realizacji audytu szlaku, połączonych w ramach przedstawionej wyżej triangulacji, w realizacji prezentowanych badań Szlaku Piastowskiego w poszczególnych zakresach badania, odpowiednio do specyfiki badanej materii zastosowane zostały także inne metody:

4. **Bezpośrednia metoda ustalania faktów** (metoda historyczna) [Topolski 1984, s.385nn]. Metodę można określić jako indukcyjną, ponieważ proces ustalania faktów opierał się wyłącznie na zebraniu i analizie źródeł (którymi były w tym wypadku publikowane autorskie opracowania (modele) szlaku jako propozycji turystycznej wraz z mapami. Ze względu na uzupełniający charakter tego fragmentu analizy (zamieszczonego w niniejszym rozdziale, w części 1.3) i związane z tym ograniczo-

ne potrzeby, badanie historyczne ograniczyło się do etapu faktograficznego (ustalającego kolejne modele przebiegu i przestrzeni szlaku oraz inwestycje związane z ich realizacją) oraz częściowo tylko etapu eksplanacyjnego (polegającego na ustaleniu głównych przyczyn zmian w przebiegu systemu oraz ich skutków). Z uwagi na ograniczenie przedmiotu badania do jednego szlaku, nie stawiano natomiast w tym zakresie badania pytań natury teoretycznej.

5. Kwestionariuszowa metoda badania turystów w obiektach ATLAS (ilościowa), została opracowana przez Grega Richardsa w roku 1997 między innymi na podstawie teoretycznych analiz N. Leipera [Leiper 1990, głównie s. 378-380] specjalnie na użytek badań turystów kulturowych. Zweryfikowano ją na poważnej próbie turystów w różnych miejscach [Richards 2010, s. 20-21] i od tej pory jest powszechnie stosowana [Ritchie, Burns, Palmer 2005; Melkert, Vos 2010; Richards, Munsters 2010a]. Cele, których osiągnięciu służy stosowanie tej metody jej autor definiuje za pomocą następujących pytań podstawowych: „jaki jest profil ludzi angażujących się w turystykę kulturową?”, „czy coś odróżnia ich od innych ludzi?”, „w których aspektach kultury ci ludzie uczestniczą? oraz „jaką rolę odgrywa czynnik kulturowy w ich decyzjach odwiedzenia konkretnego miejsca?” [Richards 2010, s. 17]. W opracowanym dla tego badania kwestionariuszu zostały one rozpisane na szereg pytań szczegółowych, umożliwiających pozyskanie wiedzy zarówno w zakresie profilu społecznego (w tym w ograniczonym zakresie tzw. kapitału kulturowego) i statusu materialnego badanej grupy osób, jak również na temat ich preferencji i zachowań turystycznych. W odniesieniu do turystów odwiedzających obiekty Szlaku Piastowskiego badanie zrealizowano za pomocą trzech narzędzi: kwestionariusza dostosowanego oraz dwóch innych, opracowanych na podstawie bazowego kwestionariusza ATLAS przez dokonanie skrótu lub uzupełnienie o moduły potrzebne dla celów ewaluacji szlaku. Wszystkie ankiety były realizowane w oparciu o opracowane i przekazane ankietom szczegółowe instrukcje. Wyniki badania zrelacjonowano w rozdziale trzecim niniejszej pracy, liczne odniesienia do nich znajdują się także w rozdziale czwartym, stanowiąc tam uzasadnienie dla proponowanej ogólnej koncepcji szlaku i szeregu szczegółowych rozwiązań⁷⁶.

⁷⁶ Dla dopełnienia obrazu analizowanego systemu o jego oferty, do opisu stanu szlaku w rozdziale 2 włączono ponadto wyniki badań elementów wykraczających poza zakres przeprowadzanego audytu. Odrębne badanie grup animacji historii w przestrzeni Szlaku Piastowskiego zostało przeprowadzone przez autora z użyciem metody kwestionariuszowej w okresie maj-czerwiec 2012, a jego rezultaty opublikowane w osobnym artykule [Mikos v. Rohrscheidt 2012c] zreferowano skrótkowo we fragmencie rozdziału 2. (2.4.4.). Z kolei wyniki badania potencjału turystyczno-kulturowego szerszego otoczenia szlaku (powiatów na których terenie zlokalizowane są jego obiekty) w postaci tabelarycznego zestawienia wycinkowej punktacji, ilustrującego potencjał poszczególnych powiatów wykorzystano w innym podrzdziale (2.2.1.3.). Pierwsze z badań prowadził sam autor, drugie realizowano pod jego kierunkiem w latach 2009-2011 w ramach projektu naukowego GWSHM Milenium w Gnieźnie, a w latach 2011-

Realizując cele wymienione we wprowadzeniu do niniejszego opracowania z zastosowaniem dobranych do nich lub specjalnie opracowanych metod, poszczególne elementy badania przebiegały w kilku głównych fazach, których przebieg prezentuje tabela 2.

Tabela 2. *Metody stosowane w poszczególnych fazach i zakresach badań Szlaku Piastowskiego*

Faza	zakres badania	metoda	oczekiwane wyniki
Faza 1	geneza i dzieje Szlaku Piastowskiego jako oferty turystycznej	analiza źródeł: metoda bezpośredniego ustalania faktów	orientacja w zmianach struktury w przestrzeni szlaku
Faza 2	audyt szlaku (obiekty, oferta, przestrzeń, infrastruktura, eventy, organizacja)	triangulacja metod: m. kwestionariuszowa m. anonimowego turysty m. wywiadu eksperckiego	szczegółowy obraz stanu szlaku
Faza 3	badania turystów (profile, zachowania, opinie)	m. kwestionariuszowa (dostosowane badanie ATLAS)	profile turystów preferencje turystów zachowania turystów
Faza 4	całościowa analiza szlaku, formułowanie wniosków i postulatów	zespolecie wyników z poszczególnych zakresów badania	wnioski o stanie produktu, postulaty dot. korekty oferty i organizacji

Źródło: opracowanie własne

Poniżej zostaną szczegółowo zaprezentowane koncepcje i metody opracowane przez autora na użytek niniejszej analizy i użyte w niej dla badania dwóch fundamentalnych dla funkcjonowania szlaku aspektów: jego struktury, organizacji i oferty z jednej strony (były one przedmiotem audytu szlaku) oraz profilów i opinii korzystających z jego propozycji tematycznej i zwiedzających poszczególne obiekty (co stanowiło przedmiot przeprowadzonego badania turystów).

1.4.2. Koncepcja i przebieg audytu Szlaku Piastowskiego

1.4.2.1. Cele audytu

Przeprowadzone badanie realizuje w całej rozciągłości zestaw celów zaproponowanych przez autora koncepcji i zatwierdzonych na posiedzeniu Rady PNdsSP w dniu 2 marca 2012. Zakres badań objął:

- **ustalenie aktualnego potencjału turystycznego obiektów**, poziomu obsługi turystycznej oraz palety ofert w nich dostępnych (oznacza to m.in. określenie poziomu tzw. tematyzacji obiektów na miejscu, czyli istnienia i dostępności literatury tematyzującej obiekty i wskazującej na ich związek ze szlakiem, standardów ekspozycji, w tym funkcjonowania nowoczesnych instrumentów przekazu, istnienia oferty usług

2012 było kontynuowane przez szereg innych badaczy z każdorazowym zastosowaniem metody analizy potencjału mikroregionów, opracowanej przez autora [2008a, s. 413-438].

związanych z tematem szlaku, istnienia i rodzaju oferty edukacyjnej, istnienia obiektowych tras turystycznych, oferty przewodnictwa po obiektach, estetyki obiektów i ich otoczenia stopnia eventyzacji obiektów),

- **ustalenie poziomu organizacji szlaku**, w tym zakresu i modelu jego koordynacji, stopnia oznaczenia obiektów, poziomu dostępności turystycznej obiektów (komunikacyjnej i faktycznej), poziomu przepływu informacji i ich wykorzystania oraz działań promocyjnych,

- **ustalenie atrakcyjności i poziomu usług turystycznych w przestrzeni szlaku** (czyli w gminach posiadających obiekty szlaku), w tym atrakcyjności zbieżnej z tematyką szlaku, ogólnej atrakcyjności turystyczno-kulturowej, a także zakresu usług i poziomu infrastruktury turystycznej (noclegowej, komunikacyjnej i gastronomicznej), wreszcie oferty spędzania czasu wolnego.

Na podstawie wykonanych badań, audyt zgodnie z założeniami dostarczył danych potrzebnych do:

- wykonania szczegółowych analiz wymienionych aspektów funkcjonowania szlaku,
- opracowania koncepcji modyfikacji istniejącej struktury szlaku jako systemu oraz pożądanego modelu jego koordynacji, w tym współpracy pomiędzy obiektami, współpracy szlaku z podmiotami zewnętrznymi, zakresu realizowanej informacji i promocji, a także nowoczesnych mechanizmów organizacji życia szlaku,
- sformułowania szczegółowych zaleceń, dotyczących potrzeby korekty, modyfikacji i uzupełnienia oferty oraz najważniejszych elementów obsługi w poszczególnych obiektach i miejscach w przestrzeni szlaku, wprowadzenia lokalnych produktów i skutecznego przybliżenia oferty potencjalnemu odbiorcy.

Audyt zrealizowano z zastosowaniem triangulacji metod, której założenia oraz metody składowe, dobrane dla realizacji poszczególnych jego elementów zostały przedstawione powyżej, w ramach całościowej koncepcji. Poniżej zostaną omówione zastosowane narzędzia badawcze, zrealizowane procedury, wykonawcy i etapy badań oraz sposoby ich dokumentacji i archiwizacji.

1.4.2.2. Instrumenty badawcze audytu

Na potrzeby audytu autor koncepcji opracował następujące instrumenty badawcze:

KAO - kwestionariusz audytu obiektu szlaku. Oprócz niezbędnej metryczki obiektu zestawia on kwestie takie jak: zgodność tematyczna obiektu z profilem szlaku i jej uzasadnienie za pomocą dostępnych turystom materiałów, położenie obiektu i jego dostępność komunikacyjna oraz faktyczna, oznaczenie obiektu w ramach szlaku i w przestrzeni turystycznej, stan budowlany i estetyczny obiektu i otoczenia, jego ekspozycja i/lub oferta turystyczna (w tym typ wystawi standard ich urządzenia i poziom interaktywności oraz multimedialności), oferta edukacyjna obiektu, poziom eventyzacji oferty, zakresy i poziom obsługi turystów w obiekcie, inne aktywności

proturystyczne obiektu, usługi gastronomiczne, noclegowe i komunikacyjne w obiekcie i jego bezpośrednim otoczeniu, obecność obiektu i jego oferty w zasobach Internetu i inna aktywność promocyjna. Narzędziem pomocniczym, stosowanym w celu prawidłowego oznaczenia kwestionariuszy obiektów jest jednolita **typologia obiektów**, umożliwiająca zarówno ich prawidłową klasyfikację w takcie badania, ale także dokładne ustalenie poziomu różnorodności typów obiektów szlaku na etapie analizy oferty szlaku (Załącznik Nr 1).

KAG – kwestionariusz audytu gminy w przestrzeni szlaku. Oprócz metryczki gminy obejmuje on: listę obiektów Szlaku Piastowskiego na terenie gminy oraz sposób ich oznaczenia, listę innych obiektów potencjalnie interesujących turystów kulturowych (mogącą służyć jako podstawa do ewentualnego utworzenia lokalnej trasy tematycznej lub kulturowo-turystycznej), listę pozostałych potencjalnych atrakcji turystycznych, zakres i poziom usług turystycznych, w tym informacji na miejscu oraz przewodnictwa turystycznego, obiekty zagospodarowania czasu wolnego (m.in. kulturalne, rozrywkowe, rekreacyjne oraz miejsca shoppingu), paletę oferty noclegowej i gastronomicznej z uwzględnieniem kuchni tradycyjnej i regionalnej, a także obecność tańszych lokali i miejsc noclegu dla niezamożnych turystów, istniejące systemy organizacji turystyki (trasy lokalne, szlaki, pakiety turystyczne), eventy turystyczne i kulturalne, infrastrukturę komunikacyjną i jej przydatność z punktu widzenia odbywających wyprawy po Szlaku Piastowskim, inną proturystyczną aktywność gminy (Załącznik Nr 2).

ZONiG – zestawienie obiektów noclegowych i gastronomicznych w gminie - formularz komplementarny w stosunku do KAG o większym stopniu szczegółowości, dający możliwość zorientowania się i szczegółowej oceny tych dwóch decydujących aspektów organizacji turystyki, w tym określenia konkretnych braków i potrzeb w tym zakresie (Załącznik Nr 3).

SPATO – jednolity dla całego Szlaku kwestionariusz opisu i oceny ciągów komunikacyjnych pomiędzy obiektami, m.in. ich przejezdności przez różne typy pojazdów (w tym autokarów) oraz oznaczenia szlaku na trasach i w pobliżu obiektów (Załącznik nr 4).

NMT – nota anonimowego turysty – kwestionariusz dotyczący faktycznej realizacji udostępnienia obiektów, zakresu usług i dostępności informacji świadczonych turystom, wreszcie merytorycznych i językowych kompetencji personelu obiektów oraz jego otwartości na wyartykułowane potrzeby turysty (Załącznik Nr 5).

WE – kwestionariusz wywiadu eksperckiego, obejmujący 12 szczegółowych pytań dotyczących znaczenia Szlaku Piastowskiego dla danego terenu i branży, jego aktualnej atrakcyjności turystycznej, oceny zakresu kompetencji koordynatora szlaku, możliwości i kierunków rozwoju lub modernizacji oferty szlaku, opinii na temat

udziału władz publicznych i innych podmiotów (w tym komercyjnych) w rozbudowie tej oferty, osobistych postulatów korekty lub uzupełnienia oferty szlaku, opinii o jego mankamentach (Załącznik Nr 6).

Dodatkowo sporządzano i zarchiwizowano **plany sytuacyjne obiektów, dokumentację fotograficzną** potwierdzającą stwierdzony stan obiektów szlaku oraz ocenę ustaloną w wymienionych dokumentach, stan tras i innych atrakcji kulturowo-turystycznych w gminie. Ta dokumentacja, sporządzana przy okazji wizji lokalnej w obiekcie i jego otoczeniu i powiązana przez system odnośników zawartych w kwestionariuszach KAO i KAG, pełni funkcje pomocnicze, przede wszystkim dokumentując momentalny stan rzeczy w zakresie dostępności i organizacji ekspozycji, jej zwiedzania oraz usług i uzasadniając ustaloną przez badającego ocenę w danym zakresie przez za pomocą dowodu o możliwie najbardziej zobiektywizowanym charakterze [Drozdowski, Krajewski, 2007, s. 539].

Zarchiwizowano również pełne wersje **nagrań wywiadów eksperckich**.

OXX - Osobnym zbiorem są opinie poaudytowe członków zespołu badającego szlak. Ich uwzględnienie wynika z dwóch przyczyn. Po pierwsze z racji posiadanego przygotowania fachowego, doświadczenia i dorobku analitycznego i naukowego (por. niżej) oni sami mogą zostać uznani za ekspertów w analizowanych kwestiach, ponadto po spędzeniu szeregu dni w przestrzeni szlaku i wykonaniu badań posiadli o nim wiedzę przynajmniej porównywalną z grupą pytanym ekspertów. Po drugie, o ile ich konstatacje stanu obiektów, oznaczeń i miejscowości oraz oferty zostały zamieszczone w wypełnianych kwestionariuszach, to metodologia stosowana w realizacji audytu wykluczyła dołączenie przez nich własnych opinii zwłaszcza o charakterze ogólnym i podsumowującym, sugestii związanych z ogólną oceną systemu, a także własnych propozycji rozwiązań poszczególnych problemów. Te właśnie elementy składają się na treść sformułowanych przez nich obszernych notatek, które w zarchiwizowanej dokumentacji umieszczono po wywiadach eksperckich, natomiast fakt ich wykorzystania w formułowaniu wniosków lub postulatów oznaczono podając jako źródło informacji inicjały audytorów (np.: OAR, PBU, SCZ, MPI).

1.4.2.3. Procedury badawcze w realizacji audytu

Badanie w obiektach szlaku. Jako pierwsze badanie w obiektach była realizowana **wizyta anonimowego turysty** („mystery tourist”) z wypełnieniem notatki na temat funkcjonowania obiektu (NMT). Jeden z członków zespołu audytowego podejmował zwiedzanie obiektu jako niezapowiedziany indywidualny turysta, korzystając ze wstępu do obiektu na zwykłych zasadach. Następnie stawiał pytania umożliwiające

uzyskanie wiedzy zakresie kolejnych zagadnień ujętych w formularzu NMT. W przypadku większej liczebności personelu badający starał się zadać pytania kilku różnym osobom. Dla realizacji kolejnych kwestii audytor wybierał różne drogi, np. w pytaniu 7 zadając sam pytanie komuś z personelu w języku obcym, lub (jeśli już dał się poznać jako turysta polski) pytając o możliwość udzielenia informacji swojemu „przyjacielowi”, który jest obcokrajowcem i czeka w pobliżu (a pojawi się wkrótce). Kwestię podstawowej znajomości przestrzeni szlaku przez personel obiektu (NMT, pytanie 11) audytor mógł rozwiązać np. w formie stwierdzenia, że zauważył tablice Szlaku Piastowskiego oraz pytania ogólnie o ten szlak jako taki („o co w nim chodzi?”) albo o inny, najbliższy jego obiekt (w tym o jego typ albo profil (co to za miejsce? co tam jest ciekawego?). Z kolei na przykład w pytaniu 12 (informacja na temat infrastruktury na miejscu) audytor mógł wybrać sposób i treść, pytając np. o możliwości dojazdu do większej miejscowości, lokalizację najbliższego dworca kolejowego, najbliższą „porządną” restaurację, niedrogi bar lub miejsce noclegu – w zależności od sytuacji i pory dnia.

Po przeprowadzeniu anonimowej wizyty i zanotowaniu jej rezultatów audytor (tego samego lub innego dnia) nawiązywał kontakt z administratorem lub jego obecnym na miejscu przedstawicielem i przystępował do **wypełnienia kwestionariusza** obiektu (**KAO**), posiłkując się aktualnymi informatorami i dokumentacją obiektu, własnymi spostrzeżeniami ze zwiedzania, a także wyjaśnieniami administratora obiektu lub jego personelu.

Przed i po wypełnieniu kwestionariusza KAO członek zespołu audytowego sporządzał **dokumentację fotograficzną obiektu**. Obok ogólnego widoku obiektu z zewnątrz i wewnątrz na zdjęciach musiały znaleźć się elementy oznaczenia obiektu i inne elementy świadczące o jego przynależności do szlaku, tablice informacyjne obiektu oraz informujące o zasadach i czasie otwarcia/udostępnienia obiektu. Kolejne fotografie dokumentowały bezpośrednie otoczenie obiektu (parking, ogrodzenie, bramę, park itd.), inne - sposób ekspozycji zbiorów, opisu eksponatów lub pozostałe atrakcje (w tym wybrane detale z wnętrza, zwłaszcza tematycznie związane ze szlakiem i najcenniejsze / najciekawsze) albo istotne urządzenia obiektu. Zawsze – jako stanowiące jedyny często dowód takiej, a nie innej oceny - były dokumentowane ewentualne braki lub mankamenty (np. zły stan budowlany). Dokumentowano dodatkowe elementy wyposażenia obiektu oraz punkty usług, jak kioski multimedialne, ekrany projekcyjne, interaktywne elementy, sprzęt i punkty audioguide, własny lokal gastronomiczny lub sklep (kiosk) w obiekcie. Wszystkie zdjęcia z każdego badanego obiektu i jego otoczenia opatrzone numeracją i włączono do dokumentacji audytu.

Badanie gmin w przestrzeni szlaku. W odniesieniu do tego elementu badania zadaniem audytorów było: dokonanie wizji lokalnej w postaci objazdu terenowego, sporządzenie przynajmniej jednego wywiadu terenowego lub eksperckiego, wypełnienie kwestionariusza audytu gminy **KAG** i uzupełniającego, szczegółowego kwestionariusza **ZONiG** (z włączeniem do obydwu potrzebnych danych uzyskanych na miejscu) oraz zebranie pozostałych informacji o znaczeniu turystycznym z innych dostępnych źródeł, jak informatorów, oficjalnych portali internetowych, informacji turystycznej, na drodze konsultacji z odpowiedzialnymi pracownikami urzędów gminy. Pozyskane dokumenty pisane (jako źródła) oraz wykonaną dokumentację fotograficzną audytorzy załączali do dokumentacji badania.

W przypadku grupy pytań o inne obiekty potencjalnie atrakcyjne dla turystyki kulturowej na terenie gminy (pretendujące lub zalecane do oznaczenia predykatem „obiekt w przestrzeni szlaku”) audytorów zobowiązano do wpisania w pierwszej kolejności do kwestionariusza obiektów nie będących formalnie obiektami szlaku zgodnie z listą rekomendacji z roku 2011, ale spełniających dwa warunki: 1) atrakcyjność dla grupy turystów zainteresowanych dziedzictwem kulturowym 2) dostępność do zwiedzania lub posiadanie własnej oferty turystycznej. W tej grupie mogą więc znaleźć się np. muzea, sanktuaria, kolekcje prywatne, parowozownie, stare fabryki z ofertą zwiedzania, zamki i pałace, dworki itd. Na pierwszym miejscu wpisywano przy tym te obiekty, które znajdowały się w dotychczasowych, krajoznawczych zestawieniach obiektów Szlaku Piastowskiego a nie znalazły się na liście rekomendowanej przez Radę oraz takie, które należą do innych szlaków kulturowych lub do miejscowych tras turystycznych: materialnych, potem w kolejności: realnych i wirtualnych. W przypadku gdy gmina posiada dużą ilość takich obiektów i miejsc wybierano te, które aktualnie cieszą się największą popularnością turystyczną lub są najlepiej przygotowane do przyjęcia turystów (według uznania audytora). Jeśli w małej gminie takich obiektów jest bardzo mało, audytor nie był zobowiązany do wypełnienia listy do ostatniego miejsca.

W zestawieniu innych obiektów potencjalnie atrakcyjnych dla turystów wpisywano wszystkie inne obiekty mogące być ciekawymi dla jakiegokolwiek grupy turystów, w tym także aktualnie niedostępne lub nie posiadające oferty turystycznej. Do listy takich obiektów należą np. parki krajobrazowe, rezerваты przyrody, wieże widokowe, kolejki turystyczne, pokazowe ферmy zwierząt, mini-zoo i tego rodzaju obiekty (ale nie jeziora i plaże, centra sportu lub rozrywki, znajdujące się w innej grupie). W przypadku gdy gmina posiada wielką ilość takich miejsc audytor wybierał te z nich, które cieszą się największą popularnością turystyczną już teraz lub są najlepiej przygotowane dla przyjęcia turystów (według uznania audytora). Jeśli w małej gminie takich obiektów jest bardzo mało, audytor nie był zobowiązany do wypełnie-

nia listy do ostatniego miejsca (co w rezultacie tworzyłoby fikcyjny obraz atrakcyjności obszaru).

W odniesieniu do pytań o lokale gastronomiczne z ofertą tradycyjną i regionalną, audytor sprawdzał na miejscu ofertę lokali (przy czym w większych miejscowościach kontynuował sprawdzanie tylko do momentu, aż znalazło się po przynajmniej dwa z każdej szukanej grupy, najlepiej w pobliżu obiektów szlaku). O ile w gminie (a w pierwszej kolejności w miejscowości z obiektem szlaku) znajdowały się takie lokale, audytor w formularzu KAG wpisywał „tak” i wymieniał ich liczbę. Szczegółowo, z wymienieniem ich nazwy, typu i adresu były one wpisywane do formularza ZONiG wypełnianego dla gminy. Jako kryterium obecności oferty kuchni tradycyjnej (staropolskiej) lub regionalnej przyjęto obecność w stałym menu lokalu co najmniej czterech samodzielnych dań typu staropolskiego, tradycyjnego dla kuchni polskiej od okresu przynajmniej sprzed pierwszej wojny światowej. Odpowiednio przynajmniej cztery samodzielne dania z menu „regionalnego” (np. kuchni wielkopolskiej lub lokalnej) muszą mieć odniesienie (nie tylko z nazwy) do tradycji kulinarnych miejscowości, mikroregionu lub regionu, przy czym w tym wypadku można je sumować (np. miejscowe plus regionalne). Kwestionariusz ZONiG dodatkowo obejmuje nazwy i adresy zakładów taniej gastronomii oraz kawiarni/cukierni, w pierwszej kolejności tych położonych w obiektach szlaku, bezpośrednio przy nich lub najbliżej nich.

Badanie tras i szlaku jako systemu. Poszczególni członkowie zespołu audytowego wypełniali odnośne fragmenty jednolitego dokumentu SPATO, oznaczając w nim konkretne odcinki drogowe pomiędzy poszczególnymi obiektami. W przypadku obiektów już należących do Szlaku Piastowskiego w jego dawnej wersji przyjęli przy tym jako obowiązujący przebieg tras zamieszczony na mapach szlaku publikowanych w literaturze (tzw. „ósemka Łęckiego”), w przypadku tras pomiędzy nowo rekomendowanymi obiektami i miejscowościami dokonali tego według systemu „Google maps”, preferując drogi główne poza płatnymi odcinkami autostrad, w przypadku dróg o równorzędnym statusie wybierając najkrótsze drogi przejezdne dla wszystkich typów pojazdów (w tym autokarów), a jeśli dwie drogi spełniały to kryterium - wybierając krótszą z nich. W przypadku nowo rekomendowanych obiektów audytor podczas objazdu odcinka obliczał odległości w kilometrach z dokładnością do 0,5 km pomiędzy parkingami obiektów lub położonymi najbliżej nich. Do pozostałych jego zadań należało sprawdzenie stanu i częstotliwości ustawienia oraz jakości oznaczeń szlaku przy drogach, w tym: a) znaków informacyjnych szlaku wzdłuż odcinków (ich typów, stanu, częstotliwości umieszczenia, z wybiórczą dokumentacją fotograficzną), oraz b) oznaczeń wskazujących na obiekt przy zjazdach z dróg prowadzących do obiektów szlaku. Informacje były wpisywane do kwestiona-

riusza **SPATO** w tej części, którą powierzono poszczególnym audytorom. Informacje dotyczące oznaczenia samych obiektów zawarto w kwestionariuszach obiektów (KAO) i nie były przedmiotem wpisu do dokumentu SPATO. Informacje dotyczące oznaczenia dojazdu do obiektów na terenie miejscowości (gminy) zawarto dodatkowo w kwestionariuszu audytu gminy KAG.

Lista osób wybranych do terenowego **wywiadu eksperckiego** jest reprezentatywna dla różnych grup specjalistów i dlatego zostały one dobrane zgodnie z kluczem ustalonym na zebraniu zespołu audytorów. Rozdzielenie pomiędzy gminy i audytorów osób według tego klucza sprawiło, że w gronie 33 osób, z którymi zostały przeprowadzone wywiady znaleźli się przedstawiciele koordynatora szlaku, przedstawiciele poszczególnych obiektów, samorządów lokalnych, instytucji i organizacji powiązanych z turystyką, lokalnego biznesu turystycznego i personelu obsługującego turystów, co pozwoliło uzyskać reprezentatywność odpowiedzi i poszerzyło spektrum wyartykułowanych problemów oraz zaproponowanych rozwiązań. W trakcie wywiadu audytor zadawał jedynie pytania umieszczone w formularzu **WE** (w liczbie 12), dzięki czemu każdy ekspert odpowiadał na dokładnie te same pytania, co umożliwiło zestawienie ich odpowiedzi i ustalenie generalnej opinii ekspertów w najważniejszych kwestiach. Jednocześnie pozostawienie w ostatnim pytaniu możliwości dodania własnej opinii w wybranej kwestii dotyczącej szlaku dawało możliwość wyartykułowania opinii istotnych a nie przewidzianych w koncepcji wywiadu, tym samym nadając całemu wywiadowi formę półotwartą. Należy zaznaczyć, że większość uczestników wywiadu chętnie korzystała z tej możliwości, często udzielając na ostatnie pytanie bardzo rozbudowanych odpowiedzi. W trakcie wywiadu audytor nie miał prawa do dopowiadania i podejmowania dyskusji, zadając tylko kolejne pytania. Główne myśli uzyskanej odpowiedzi audytor zapisywał w kwestionariuszu, starając się zachować wierność tezom eksperta, a następnie przepisywał je do elektronicznego formularza, jednakże cały przebieg wywiadu był nagrywany i później dołączany do dokumentacji audytu.

1.4.2.4. Wykonawcy, etapy i segmenty badań

Zespół audytorów realizujących prezentowane badanie pracował w składzie:

1. Armin Mikos von Rohrscheidt [AMR] – autor koncepcji audytu, kierownik zespołu, autor końcowego raportu. Od 2004 specjalizuje się w zakresie turystyki kulturowej jako praktyk (organizator podróży i kierujący wyspecjalizowanym biurem, przewodnik miejski i pilot wycieczek), dydaktyk (wykłada turystykę kulturową na UAM Poznaniu i w GSW Milenium w Gnieźnie, prowadzi szkolenia przewodników turystycznych i pilotów wycieczek) oraz autor teoretycznych i analitycznych opracowań na temat turystyki kulturowej i szlaków kulturowych. Pozostali członkowie zespołu

pracowali już poprzednio pod kierunkiem autora i przy tej okazji zdobyli doświadczenia badawcze. Są to: 2. Oleksiy Artyshuk [OAR] – absolwent studiów geograficznych oraz turystyki i rekreacji (UAM), praktyk (pilot wycieczek, przewodnik miejski, pracownik polskiego biura podróży kulturowych) i prowadzący ćwiczenia na specjalności turystyka historyczna na UAM w Poznaniu, a także szkoleń pilotów i przewodników. Jego doświadczenie w badaniach koncentruje się wokół organizacji podróży, pakietów lokalnych. Doświadczenie w dydaktyce obejmuje: podstawy turystyki, budowa produktu turystycznego, aspekty prawne usług turystycznych, pilotaż turystyczny. 3. Przemysław Buryan [PBU] – absolwent studiów turystyki i rekreacji (AWF), praktyk pilotażu i przewodnictwa, pracownik biura podróży zagranicznych, wykładowca w GSW Milenium w Gnieźnie, Jego doświadczenie w zakresie badań dotyczy potencjału turystycznego obszarów (w Polsce) i szlaków kulturowych (w Hiszpanii), oraz eventów turystycznych, w dydaktyce zajmuje się organizacją podróży oraz strukturą i budową produktu turystycznego. 4. Szymon Czajkowski [SCZ] – absolwent studiów historii (UAM - specjalność: turystyka historyczna i animacja historii). Posiada doświadczenie w badaniach z zakresu tematykacji obiektów, waloryzacji potencjału turystyczno-kulturowego mikroregionów w Polsce, potencjału turystycznego szlaków kulturowych (szlaki cysterskie w Polsce). 5. Marek Piasta [MPI] – absolwent studiów: turystyki i rekreacji (AWF), praktyk (pilot wycieczek i przewodnik miejski). Doświadczenie w badaniach obejmuje lokalną ofertę i usługi turystyczne, turystykę miejską, waloryzację potencjału turystycznego mikroregionów w Polsce.

Przed rozpoczęciem realizacji audytu zespół odbył trzy robocze spotkania, na których zapoznał się z celami i koncepcją audytu, jego metodologią oraz procedurami i narzędziami badawczymi, a także dokonał podziału zadań. Podczas realizacji audytu wszyscy pozostawali w bieżącym kontakcie telefonicznym oraz za pośrednictwem listy mailingowej zespołu.

Badanie wykonano w czterech przenikających się czasowo segmentach, odnoszących się odpowiednio do obiektów szlaku, gmin w przestrzeni szlaku, tras pomiędzy obiektami, oraz osób i instytucji posiadających wiedzę przydatną z punktu wodzenia celów badania.

Pierwszy segment objął badania wykonane w każdym obiekcie Szlaku Piastowskiego, w tym: wizytę anonimowego turysty, rozmowę informacyjną z administratorem obiektu lub jego przedstawicielem, ewaluację stanu i oferty obiektu, wypełnienie kwestionariusza obiektu we współpracy z administratorem, dokumentację fotograficzną obiektu i otoczenia, wykonanie standardowego planu otoczenia obiektu.

Drugi segment badania objął wizję lokalną gminy, zebranie materiałów i informacji o atrakcjach i pozostałych walorach przestrzeni, zebranie pozostałych koniecznych informacji (infrastruktura turystyczna i kulturalna gminy), weryfikację informacji nt. infrastruktury i usług (wizje lokalne, zapytania pilotażowe), zebranie informacji na temat regularnych eventów i grup, konsultacje na miejscu, wypełnienie kwestionariusza gminy i kwestionariusza uzupełniającego, w miarę potrzeby także sporządzenie dokumentacji fotograficznej.

Na trzeci segment złożyły się badania wykonane na trasach przebiegu szlaku, w tym (odpowiednio w przypadku tras łączących obiekty należące dawniej do szlaku lub nowo rekomendowane): weryfikacja albo pierwsze wymierzenie odległości między obiektami szlaku, ustalenie poziomu oznaczenia tras względnie wyznaczenie najdogodniejszych tras w przypadku włączonych obiektów, w razie potrzeby wykonanie dokumentacji fotograficznej.

Czwarty segment audytu stanowiła realizacja wywiadów eksperckich z osobą przydzieloną na podstawie klucza przestrzennego (z każdej gminy) i zawodowego (spośród sześciu ustalonych i wskazanych wyżej grup zawodowych ekspertów).

1.4.2.5. Dokumentacja badań

Dla potrzeb audytu zostały przez autora koncepcji sporządzone wzory formularzy (por. Załączniki nr 1-6), dostarczone wszystkim członkom zespołu audytowego w postaci papierowej i wykorzystywane przednich w trakcie badania, a potem przepisane do bazy danych i zarchiwizowane w postaci elektronicznej. Ponadto dla potrzeb badania na zamówienie kierownika zespołu i pod jego kierunkiem zostały sporządzone elektroniczne bazy danych w systemie php, zawierające zestawy plików elektronicznych odpowiadających formularzom co do struktury i treści. Po wykonaniu badań w poszczególnych obiektach, gminach lub na odcinkach tras, a także po realizacji wywiadów członkowie zespołu audytowego przepisali wyniki z papierowych arkuszy kwestionariuszy do elektronicznych baz danych, zachowując odrębność poszczególnych formularzy. Dane zostały w ten sposób zarchiwizowane z zachowaniem ich źródeł dla celów weryfikacji, a jednocześnie uzyskana została możliwość ich sprawnego zestawienia w różnych konfiguracjach. Elektroniczne archiwum dokumentacji badania obejmuje: 1) zbiór wypełnionych osobno dla każdego obiektu szlaku formularzy KAO (1-39) i zbiór odpowiadających im formularzy wizyty anonimowego turysty NMT (1-39) oraz plany sytuacyjne obiektów i ich otoczenia, następnie 2) zbiór zestawów wypełnionych dla każdej gminy w przestrzeni szlaku formularzy KAG (1-22) i odpowiadających im formularzy uzupełniających ZONIG (1-22), a także 3) zbiór odrębnych kwestionariuszy wywiadów eksperckich WE (1-33) i poaudytowych opinii pozostałych członków zespołu badającego – OXX

– w liczbie 4. Osobno w archiwum zamieszczono 4) zapisany w postaci jednolitego zbiorczego pliku dokument SPATO, połączony z odcinków dostarczonych przez poszczególnych audytorów – jako wynik kontroli wszystkich odcinków tras pomiędzy obiektami szlaku. Odrębnie, także w postaci elektronicznej, zamieszczono 5) archiwum fotograficzne, na które składają się foldery ze zdjęciami sporządzonymi przez poszczególnych członków zespołu audytowego w badanych przez nich obiektach (opisane ich nazwami), gminach (opisane nazwami gmin) oraz na trasach szlaku. W zbiorczej dokumentacji audytu odrębnie umieszczone zostały także pliki mp3 z pełnymi nagraniami wywiadów eksperckich (WE). Dokumentację zamykają 6) dokumenty uzupełniające: notatki z konsultacji i noty wyjaśniające, kierowane do autora opracowania jako kierownika zespołu audytowego oraz aktualna dokumentacja koordynatora.

Audytu został sporządzony raport, który stanowi główne źródło danych dla analiz w odniesieniu do aktualnej struktury i oferty szlaku [*Raport z audytu 2012*]. Przy jego sporządzaniu autor zdecydował się na taką strukturę, która ma ułatwić odbiorcom zarówno lekturę całościową - jako analizy systemu, jak i wycinkową – obejmującą informacje dotyczące poszczególnych elementów funkcjonowania szlaku, które mogą być im przydatne z uwagi na ich zakres zawodowych kompetencji oraz spektrum zadań realizowanych przez nich w odniesieniu do obiektów, miejscowości czy szlaku. Raport podzielono zatem na trzy główne części oraz zestaw załączników. Część pierwsza obejmuje teoretyczne podstawy audytu, szczegółowe wyjaśnienie jego metodologii, opis narzędzi i procedur oraz prezentację etapów realizacji badań. Część druga jest opartą na wynikach badań szczegółowych analizą stanu szlaku, z podziałem na pięć części: obiekty szlaku (w tym ich stan, dostępność faktyczną i ofertę), przestrzeń szlaku (czyli otoczenie obiektów, w tym ofertę, infrastrukturę i usługi), koordynację szlaku (czyli wymiar organizacji produktu) życie szlaku (czyli kalendarium i przestrzenny rozkład imprez i funkcjonowanie grup tematycznie powiązanych z profilem szlaku) oraz dostępność komunikacyjną miejscowości i obiektów. Część trzecia obejmuje zestaw wniosków poaudytowych w odniesieniu do całości systemu oraz poszczególnych aspektów jego funkcjonowania. Kompletna ewaluacja szlaku, wnioski końcowe i sporządzenie raportu zostały wykonane przez kierownika zespołu audytorów. Od niego także pochodzą wnioski i postulaty, nie posiadające innego oznaczonego w tekście źródła pochodzenia.

1.4.3. Badanie turystów w obiektach szlaku

1.4.3.1. Szczegółowe cele i zakres badania

Całościowe badanie funkcjonowania szlaku musi obejmować zebranie danych dotyczących aktualnych konsumentów oferty turystycznej. Dla realizacji celów wymie-

nionych we wprowadzeniu do niniejszej pracy potrzebne było określenie na podstawie analizy danych empirycznych:

- profilu konsumentów oferty turystycznej szlaku oraz jego obiektów, w tym struktury wiekowej tej grupy, ogólnego kapitału kulturowego, typu aktywności zawodowej i pozycji zawodowej, poziomu dochodów,
- głównych zachowań turystycznych, w tym wykorzystywanych kanałów informacji, preferowanych sposobów organizacji podróży, wybieranych typów usług noclegowych i struktury wydatków w trakcie pobytu w przestrzeni szlaku,
- motywacji aktywności turystyczno-kulturowej oraz preferencji turystycznych tej grupy, szczególnie w zakresie wyboru zwiedzanych obiektów i odwiedzanych wydarzeń oraz preferowanych jako cele wypraw regionów i (ewentualnie) szlaków tematycznych,
- opinii na temat Szlaku Piastowskiego oraz zwiedzanych obiektów, w tym subiektywnego doświadczenia wizyty, opinii na temat oferty i poziomu obsługi, wskazania ewentualnych mankamentów.

Zakres przestrzenny przeprowadzonego badania turystów w obiektach Szlaku Piastowskiego, który opracowano z uwzględnieniem wymienionych potrzeb, objął pozyskanie i ewaluację danych odnoszących się do tych właśnie kwestii. Założono, że badaniu będą poddani odwiedzający we wszystkich obiektach Szlaku Piastowskiego, zgodnie z rekomendacją Rady Programowo-Naukowej Szlaku Piastowskiego z dn. 2 grudnia 2011, a zatem w 39 obiektach, z wyłączeniem tych aktualnie niedostępnych dla turystów. Badania przeprowadzono zgodnie z rekomendowaną listą obiektów przyjętą przez Radę w grudniu 2011 roku, wszędzie z wyjątkiem miejsca wykopalisk w Łeknie (nie odwiedzanego aktualnie przez turystów) oraz Interaktywnego Centrum Historii Ostrowa Tumskiego w Poznaniu jako obiektu pozostającego na etapie budowy. Były to obiekty zlokalizowane w 22 miejscowościach, położonych w 21 gminach 2 województw: kujawsko-pomorskiego i wielkopolskiego. Taki zakres przestrzenny badania zapewnił pozyskanie danych reprezentatywnych dla całości systemu i umożliwił wskazanie ewentualnych problemów i braków w zakresie oferty lub usług. Ankietowane były tylko osoby, które ukończyły lub przerwały zwiedzanie obiektu (co daje im możliwość wyrażenia oceny).

W pięciu miejscowościach mających dla szlaku znaczenie kluczowe lub szczególnie licznie odwiedzanych przez turystów badanie trwało po trzy dni, przy czym każdorazowo zebrano tam powyżej 200 wypełnionych kwestionariuszy. Były to **Archikatedra w Gnieźnie** (gdzie badania prowadzono także przy pozostałych obiektach: Muzeum i Archiwum Archidiecezjalnym, Muzeum Początków Państwa Polskiego, kościele Franciszkanów), **zespół Ostrowa Tumskiego w Poznaniu** (gdzie badano także turystów przy kościele św. Jana Jerozolimskiego na Komandorii, w Muzeum

Archeologicznym, przy Zamku Królewskim na Wzgórzu Przemysła, w multimedialnej Makiecie Grodu Poznańskiego, a także zwiedzających tematyczną trasę miejską w ramach Traktu Królewsko - Cesarskiego), Muzeum Pierwszych Piastów na **Ostrowie Lednickim**, Rezerwat Archeologiczny w **Biskupinie** (gdzie badano także turystów przy muzeum) oraz Mysia Wieża w **Kruszwicy** (gdzie badania prowadzono także przy kolegiacie św. Ap. Piotra i Pawła). W pozostałych, poniżej wyliczonych obiektach badanie trwało jeden dzień, przy czym z wyjaśnionych niżej względów podyktowanych metodologią badania w części obiektów był to dzień roboczy, a w części dzień wolny od pracy). Badania jednodniowe przeprowadzono w: Lubiniu (w zespole klasztoru benedyktyńskiego), Pobiedziskach (w skansenie miniatur), w Żninie (w Muzeum Ziemi Pałuckiej), w Trzemesznie (przy bazylice Wniebowzięcia NMP), Mogilnie (przy kościele Św. Jana Apostoła i Ewangelisty oraz kompleksie poklasztornym), w Strzelnie (przy kościołach św. Prokopa i Św. Trójcy), w Inowrocławiu (przy kościele Imienia NMP, tzw. „Ruinie”), w Płowcach (przy pomniku bitwy polsko – krzyżackiej z roku 1331), w Brześciu Kujawskim (przy kościele św. Stanisława), we Włocławku (w Katedrze oraz przy Muzeum Historii Włocławka), w Wągrowcu (przy klasztorze pocysterskim i Muzeum Regionalnym), w Grzybowie (na terenie grodziska piastowskiego i muzeum), w Gieczu (w rezerwacie archeologicznym oraz przy kościele św. Mikołaja), w Łądzie nad Wartą (przy kompleksie dawnego opactwa cysterskiego), w Koninie (przy Konińskim Słupie Milowym), wreszcie w Kaliszu (w Rezerwacie Archeologicznym na Zawodziu, przy Muzeum Okręgowym Ziemi Kaliskiej, przy katedrze św. Mikołaja).

1.4.3.2. Metoda badawcza

Metoda wykorzystana w badaniu turystów jest klasyczną metodą ilościową, opracowaną specjalnie dla badań osób korzystających z ofert turystyki kulturowej i należy do metod powszechnie uznawanych i stosowanych w tej dziedzinie badań [Ritchie, Burns, Palmer 2005; Melkert, Vos 2010; Richards, Munsters 2010a]. W tym konkretnym przypadku jest ona szczegółową aplikacją metody badań turystów kulturowych ATLAS, opracowanej przez teoretyka turystyki kulturowej, prof. G. Richardsa dla europejskiego stowarzyszenia badań nad czasem wolnym i turystyką ATLAS (Association for Tourism and Leisure Education), od roku 1997 stosowanej w lokalnych wersjach przez naukowców z kilkunastu krajów i ustalającej standardy badań tego rodzaju w skali globalnej. W przypadku relacjonowanych badań Szlaku Piastowskiego bazą metodologiczną badania była jej najnowsza wersja z roku 2009 [Richards, Munsters 2010b, s. 28-32], wykorzystująca następujące modele teoretyczne: systemu atrakcji turystycznych Leipera [1990], teorię ekonomii doświadczeń Pine'a i Gilmore'a [1999], analizę wzorców zachowań turystów kulturowych

Toivonena [2005] oraz analizę atrakcji kulturowych [Gunn 1988]. Na potrzeby pierwotnej wersji metody ATLAS został opracowany powszechnie odtąd stosowany kwestionariusz badań turystów kulturowych ATLAS (wersja angielska) [Fusco Girard, Nijkamp 2009]. Metoda ATLAS, opracowana pierwotnie dla krajów europejskich, jednak w międzyczasie stosowana dotychczas w kilkudziesięciu krajach na wszystkich kontynentach [Richards, Munsters 2010b], w tym w Polsce [Marciszewska 2001, s. 215-226], zgodnie z założeniami jej autorów każdorazowo może być przez badającego dostosowywana do okoliczności i zakresu badania, jednak z pozostawieniem podstawowych założeń i z każdorazowym uwzględnieniem w ankietach kwestii decydujących dla porównywalności wyników [Richards 2010, s. 21]. Twórcy kwestionariusza poddali analizie jego trafność, którą potwierdzono za pomocą analizy macierzy korelacji z badaniami wykonanymi przez wymienionych wyżej autorów a później przez porównawczą analizę gromadzonych przez kolejne lata i poddawanych ewaluacji kwestionariuszy. Analizy te, zgodnie z relacją autorów kwestionariusza, wykazały wysoki poziom korelacji zmiennych mierzących ten sam czynnik i jednocześnie niski poziom korelacji pomiędzy zmiennymi mierzącymi różne czynniki. Z kolei rzetelność skal pomiarowych potwierdzono z pomocą testu badającego wewnętrzną zgodność skali pomiarowej z użyciem współczynnika α Cronbacha, opisywanego i zalecanego także przez krajowych teoretyków badań kwestionariuszowych [Brzeziński 2003, s. 514-520] i używanego także przez polskich badaczy turystów [Nowacki 2012b, s.209]. Dla kwestionariusza ATLAS wielkość współczynnika „alfa” wyniosła więcej niż 0,7 co należy uznać za wynik akceptowalny [Richards 2010, s. 24].

Opis kwestionariusza bazowego. Na kwestionariusz, podzielony na 6 modułów tematycznych (A, B, C, D E oraz F), składają się wyłącznie pytania zamknięte. Pytania wymagające oceny własnego zaangażowania badanego w dany aspekt wizyty w zwiedzanym miejscu (w tym wypadku zobaczenie / zwiedzenie danego miejsca, edukację, rozrywkę, doświadczenie atmosfery tego miejsca) formułowano z użyciem pięciostopniowej skali Likerta [1932], uznawanej i zalecanej do ocen subiektywnego zaangażowania [Elliott, Woodward 2007, s.40] gdzie poziom najniższy (1) oznacza uznanie sugerowanego w pytaniu stwierdzenia za całkowicie nieprawdziwe, a wybór najwyższego (5) - wskazanie na jego pełną trafność, czyli w wypadku kwestionariusza ATLAS określa wysoki poziom zaangażowania odpowiadającego w działanie lub doświadczenie określone w stwierdzeniu. Pytania ukierunkowane na ocenę pobytu turystycznego w danym miejscu i jakości usług formułowano w skali dziesięciostopniowej, przy czym poziom najniższy oznaczał stwierdzenie najwyższego niezadowolenia, poziom najwyższy (10) pełnej satysfakcji. Inne pytania z użyciem skali mają prostą postać, uwzględniającą odpowiedź w postaci liczby, określającej np. wiek

badanego w latach albo jego dochody lub wydatki określone walutą krajową. Pozostałe pytania sformułowane są w postaci pytań wielokrotnego wyboru z podanymi możliwościami jednej lub kilku odpowiedzi (w tym wypadku ich liczba została ograniczona, np. do 5 z 30) oraz pytania rozstrzygnięcia (tak/nie), kilkakrotnie zastosowano także pytania filtrujące.

Moduł A (4 pytania) zawiera pytania o powtarzalność wizyty w danym miejscu, a następnie o ocenę pobytu w kilku aspektach (w pięciostopniowej skali Likerta), oraz o główny cel podjętej wyprawy turystycznej (pytanie filtrujące oraz pytanie wielokrotnego wyboru z jedną możliwością do wskazania). Moduł B w kwestionariuszu obejmuje tylko jedno pytanie: badany jest proszony o wskazanie preferowanej destynacji wakacji kulturowych, przy czym może wybrać spośród 30 miast europejskich (do pięciu wskazań). Moduł C gromadzi pytania określające zachowania turystyczne badanego: typ wybranego noclegu (wybór wielokrotny z jednym możliwym wskazaniem), ilość noclegów w trakcie wyjazdu turystycznego (za pomocą liczby nocy), odwiedzone przez badanego w danym obszarze obiekty i wydarzenia z ofertą kulturalną (wielokrotny wybór między 13 typami z możliwością dowolnej liczby wskazań) oraz ocenę satysfakcji z wizyty w danym miejscu (w skali dziesięciostopniowej). Moduł D składa się z jednego, rozbudowanego pytania, które za pomocą skali liczbowej z jednostką miary (walutą krajową) zmierza do ustalenia wydatków badanego w związku z aktualną wyprawą w rozbiciu na 1) podróż, 2) noclegi, 3) żywność, zakupy i rozrywkę. Moduł E obejmuje pytania o organizację podróży (rezerwację w pakiecie, osobno lub brak rezerwacji) oraz o sposób tej rezerwacji, jeśli została dokonana (biuro podróży, Internet, bezpośrednio u usługodawcy) – w obu wypadkach za pomocą wielokrotnego wyboru z jedną możliwą do wskazania opcją. W tym samym module zamieszczone są także pytania o źródła informacji o odwiedzanym miejscu, wykorzystane przed podjęciem podróży i w trakcie jej trwania. W obu przypadkach są to pytania wielokrotnego wyboru z nieograniczoną liczbą możliwych wskazań. Ostatni moduł (w kwestionariuszu bazowym oznaczony literą F) zawiera obszerną metryczkę, umożliwiającą ustalenie profilu społeczno-demograficznego badanego. Składały się na nią pytania o jego płeć, wiek, wykształcenie, sytuację zawodową, status zawodowy, powiązanie miejsca/typu wykonywanej pracy z kulturą, oraz roczny dochód.

Zakres dostosowania kwestionariusza. Przy przygotowywaniu narzędzia badawczego, odpowiedniego dla badania turystów w przestrzeni polskiego szlaku turystycznego, autor wykorzystał jako podstawę udostępnione mu polskie tłumaczenie kwestionariusza ATLAS, sporządzone przez K. Buczkowską, zaakceptowane przez kierowników merytorycznych projektu ATLAS i wykorzystane przez nią w bada-

niach turystów kulturowych w Poznaniu [Buczowska 2011]⁷⁷. Ze względu na specyfikę szlaku kulturowego, który stanowi zbiór różnorodnych obiektów w konkretnej przestrzeni, odwiedzanych zarówno przez osoby zainteresowane pojedynczymi obiektami, jak i tematyką szlaku, metodę i narzędzia badawcze autor niniejszej koncepcji przystosował kwestionariusz do polskich warunków (np. podawanie wysokości dochodów w złotych zamiast w euro, szczegółowe kryteria doboru ankietowanych, kwestie określania dochodów, wydatków, wykształcenia, dokładniejsze kryteria rozgraniczenia turysty i lokalnego zwiedzającego), uwzględniono także problematykę szlaku kulturowego i jego pozycji w porównaniu do innych celów wypraw turystycznych, dołączając pytania o preferencje w zakresie potencjalnie konkurencyjnych destynacji w kraju i za granicą. Zakres dostosowania objął zatem m.in. wprowadzenie dodatkowych elementów badania zawierających możliwości określenia preferencji badanych w odniesieniu do poszczególnych regionów oraz szlaków tematycznych (zamiast miast, jak w oryginalnym kwestionariuszu), traktowanych jako potencjalne cele wypraw turystycznych. Ma to znaczenie ze względu na typ destynacji turystycznej, jaką jest szlak tematyczny jako system turystycznej eksploatacji większej przestrzeni. Stoi on w bezpośredniej konkurencji nie tyle do ośrodków miejskich, co do obszarów i innych szlaków. Dzięki zastosowaniu zweryfikowanej, uznanej i szeroko wykorzystywanej metody z jednej strony i takiemu jej uzupełnieniu z drugiej, uzyskane wyniki badania mogą być włączone do innych, prowadzonych na całym świecie, z nimi zestawione i porównane. Jednocześnie spełniają zadania postawione im w kontekście realizowanej analizy, tworząc empiryczną bazę dla rozwijania oferty, podnoszenia jakości usług i kształtowania strategii rynkowej konkretnego szlaku jako produktu turystycznego eksploatującego dziedzictwo kulturowe i umożliwiającego turystom konfrontację z walorami kultury. Dostosowanie metody ATLAS z podziałem na badanie turystów zwiedzających szlak jako całość oraz poszczególne obiekty wydaje się także odpowiadać generalnej klasyfikacji turystów kulturowych, dzielącej ich według kryteriów korzystania z atrakcji kulturowych na trzy wielkie grupy: turystów motywowanych głównie kulturą, których impulsem podejmowania wypraw są jej wytwory (i poszczególne zdefiniowane aspekty, tematy wiodące), turystów zainspirowanych kulturą – dla których motywacją może być konkretna atrakcja turystyczna - oraz tych luźno zainteresowanych kulturą, dla których jest ona tylko drugorzędnym motywem zachowań turystycznych

⁷⁷ Karolina Buczowska dokonała przy tym dla potrzeb swoich badań kilku modyfikacji kwestionariusza. Obok uproszczenia sformułowań w pierwotnym module A, odnoszącym się do motywacji badanych, najistotniejszą z nich było wprowadzenie dodatkowego, piątego impulsu dla odwiedzin danego miejsca („*Nastawiam się głównie na zobaczenie tego miejsca*”). To uzupełnienie zachowano, jednocześnie rezygnując z innych modyfikacji Buczowskiej, jako odnoszących się do jej zakresu badań (turyści w Poznaniu). Wprowadzono natomiast do kwestionariusza elementy opisane poniżej.

[Page, Hall 2002, ss. 100-102]. W tym wypadku wyniki badań turystów mogą potwierdzić (lub zanegować) różnicę profilów i zachowań między zwiedzającymi Szlak Piastowski (a więc zainteresowanymi jego tematyką) oraz podejmującymi podróż dla zwiedzenia poszczególnych obiektów i lokalnymi zwiedzającymi. Ustalenie tych podobieństw i różnic może mieć kluczowe znaczenie dla strategii promocyjnej szlaku, w szczególności dla określenia jej treści i grupy adresatów. Z kolei objęcie badaniami także lokalnych odwiedzających umożliwi określenie podstawowych podobieństw i różnic w profilach i motywacjach odwiedzin pomiędzy nimi a turystami i w rezultacie być pomocne przy tworzeniu szans powodzenia i ewentualnych wiodących elementów strategii promocyjnej szlaku, skierowanej do osób licznych w Polsce grupy osób zainteresowanych dziedzictwem kulturowym ale nie podejmujących aktualnie aktywności turystycznej.

1.4.3.3. Instrumenty badawcze.

Kwestionariusze badania profilów, preferencji i opinii turystów zwiedzających obiekty Szlaku Piastowskiego zostały opracowane w trzech wersjach: „Long”, „Medium”, i „Short” z założeniem, że będą one osobno ewaluowane. Wyniki tej ewaluacji mają być następnie jako szczegółowe dane odrębnie włączone do ogólnej analizy stanu szlaku i oceny jego oferty wszędzie tam, gdzie ta ostatnia będzie wymagała uwzględnienia tych elementów. Wszystkie kwestionariusze bazują na standardowym kwestionariuszu badań turystów kulturowych ATLAS [Richards 2010, s. 28-32], wykorzystywanym w badaniach na terenie krajów europejskich w latach 2007-2009 i dostosowanym przez autora opracowania do potrzeb badania szlaku. W sytuacji badania turystów w obiektach Szlaku Piastowskiego, realizowanego w oparciu o sprawdzoną metodę, jedynie z uwzględnieniem dopuszczalnych przez jej autorów dostosowań, a także z racji dokonanych przez autorów metody pilotażowych badań za pomocą tego kwestionariusza, które wyeliminowały jego braki i słabości [Richards 2010, s. 23-26] oraz powszechnego stosowania kwestionariuszy ATLAS, w ramach przygotowywania relacjonowanego badania i jego realizacji zrezygnowano z dodatkowych badań pilotażowych z użyciem kwestionariusza, przyjmując w pełni procedury badania i analizy określone przez autora kwestionariusza pierwotnego. Także w zgodzie z założeniami poczynionymi przez niego i opisaną przezeń dotychczasową praktyką badań [Richards 2010, s. 21] przyjęto, że jakkolwiek w opisywanym badaniu kwestionariusz ma być zasadniczo stosowany jako kwestionariusz ankiety (czyli wypełniany przez samego ankietowanego), dopuszczalne jest także potraktowanie kwestionariuszy „Medium” i „Short” jako kwestionariuszy wywiadu, to jest ich wypełnianie przez ankietera na podstawie odpowiedzi uzyskiwanych w rozmowie z badanym. Ten drugi sposób zastosowania wykluczono natomiast w przy-

padku kwestionariusza „Long”, zawierającego kilka pytań obejmujących zbyt dużą liczbę opcji z ograniczoną możliwością ilości wskazań, co poważnie utrudniałoby możliwość odpowiedzi w trybie rozmowy.

Ze względu na swoich adresatów i zakres danych, które miały być od nich uzyskane, poszczególne kwestionariusze różniły się długością i liczbą modułów (oznaczonych literami od „A” do „H”), a w poszczególnych przypadkach także liczbą pytań w danym module. Jednak w kwestionariuszach krótszych („Medium” i „Short”), także w przypadku braku niektórych modułów, nazwy pozostałych zostały pozostawione bez zmian, a to w celu ułatwienia późniejszego porównania na etapie ewaluacji odpowiedzi. Pełne wersje wszystkich kwestionariuszy dołączono do niniejszego opracowania (dział „Załączniki” Nr. 8, 9 i 10).

Wersja „**Medium**” kwestionariusza, skierowana do osób zwiedzających poszczególne obiekty szlaku (a więc grupy dokładnie odpowiadającej typowemu turyście kulturowemu badanemu za pomocą tego kwestionariusza w poprzednich badaniach) jest przetłumaczonym na język polski kwestionariuszem ATLAS, w którym konieczne dostosowania zostały dokonane tylko w aspektach ściśle powiązanych z miejscem przeprowadzenia badania. Wprowadzono dodatkowy moduł (oznaczony odłąd literą A), w którym umieszczono pytania filtrujące o miejsce zamieszkania (wielokrotny wybór pomiędzy bliską okolicą obiektu – ten sam powiat, innym miejscem w tym samym województwie, innym miejscem w Polsce i zagranicą) a obok pytania rozstrzygnięcia o powtarzalność pobytu zamieszczono pytanie wielokrotnego wyboru o zwiedzenie innych obiektów Szlaku Piastowskiego (z możliwością wskazania jednej z opcji). Moduł B powiela pozostałe pytania modułu A kwestionariusza bazowego, przy czym w pytaniu o typ wakacji wprowadzono dodatkową opcję zwiedzania Szlaku Piastowskiego jako formę wakacji lub urlopu). Moduł C nadal składa się z jednego pytania, jednak jako preferowane destynacje (30 do wyboru) zamiast miast znajdują się rodzaje atrakcji najczęściej wybieranych przez turystów kulturowych (np. muzea, stare fabryki, festiwale, historyczne miasta itd.). Moduł D powiela pytania modułu kwestionariusza bazowego, jednak pytanie o satysfakcję z pobytu zostaje rozbite na cztery bardziej szczegółowe (oceniające poziom zadowolenia z wizyty, poziom spełnienia oczekiwań, poziom obsługi oraz ocenę gościnności), ponadto zostaje wprowadzone jedyne otwarte pytanie kwestionariusza: o ewentualne mankamenty oferty lub obsługi, które badany może wymienić bez ograniczeń. Moduł F, G oraz H w pełni kopiuje kwestionariusz bazowy, dostosowano jedynie do polskich realiów nazewnictwo typów zatrudnienia respondentów oraz walutę, w której podają swoje roczne dochody. Z pomocą tej wersji kwestionariusza badani byli ci zwiedzający obiekty, którzy zadeklarowali, że a) zamieszkują w miejscowości znajdującej się poza granicami powiatu, w którym były ankietowane oraz b) podczas swojej podróży

nie zwiedzili ani nie mają zamiaru zwiedzić innych obiektów Szlaku Piastowskiego niż ten, w którym wypełniają kwestionariusz. Odnosi się ona zatem do turystów zwiedzających dany obiekt przypadkowo lub z powodu zainteresowań innych niż zbieżne z profilem szlaku, natomiast nie korzystających z tematycznej oferty systemu. Kwestionariusz nie obejmuje więc kwestii związanych z pobytem w pozostałej przestrzeni szlaku oraz oceny tego ostatniego i nie musiał być dostosowywany w szerszym zakresie.

Wersja „**Long**” jest adresowana do osób, które zadeklarowały, że a) zamieszkują w miejscowości znajdującej się poza granicami powiatu, w którym były ankietowane oraz b) zwiedziły podczas swojej podróży lub planują zwiedzić jeszcze inne obiekty Szlaku Piastowskiego. Dotyczy ona zatem turystów rzeczywiście zwiedzających szlak jako świadomie wybraną destynację swojej turystycznej wyprawy i obejmuje ich osobisty profil, w tym wiek, wykształcenie, status zawodowy oraz dochody, ogólne preferencje turystyczne, a dalej motywację wyboru celu podróży, cechy pobytu, aktywność turystyczną, strukturę wydatków, wreszcie ocenę pobytu w obiekcie i na szlaku. W tej wersji kwestionariusza, obok prócz rozszerzeń i dostosowań opisanych w wersji Medium w module C przy ocenie preferencji turystycznych wprowadzono dodatkowe dwa pytania, określające te preferencje badanych, które mogą stać w bezpośredniej konkurencji do badanego szlaku lub zwiedzanego regionu (každorazowo jest to wielokrotny wybór z możliwością wskazania do pięciu pomiędzy 30 polskimi i zagranicznymi szlakami kulturowymi i regionami turystycznymi). Ponadto wprowadzono tu dodatkowy Moduł E zawierający trzy pytania odnoszące się do oceny zwiedzanego szlaku. W pierwszym ocena szlaku jako całości dokonuje się za pomocą dziesięciu stwierdzeń określających znaczenie poszczególnych aspektów oferty szlaku w ocenie turysty (w pięciostopniowej skali Likerta), a odnoszących się do: autentyczności obiektów, historycznej architektury, muzeów i atrakcji kulturalnych, festiwali i wydarzeń kulturalnych, zwyczajów i tradycji, kuchni regionalnej, gościnności mieszkańców, przyjaznej atmosfery, różnorodności atrakcji, kulturalnej wyjątkowości, wielokulturowości i popularności szlaku). W drugim w dziesięciostopniowej skali ocenia się poziom zadowolenia z pobytu na szlaku, poziom spełnienia oczekiwań w trakcie tej wyprawy poziom obsługi oraz ocenę gościnności. Ostatnie pytanie jest otwarte i odnosi się do mankamentów w ofercie i obsłudze w obiektach szlaku.

Wersja „**Short**” była skierowana do osób, które zwiedzały jeden z obiektów Szlaku Piastowskiego i jednocześnie zadeklarowały, że zamieszkują w miejscowości znajdującej się w granicach powiatu, w którym wzięły udział w badaniu. W konsekwencji takiego profilu badanych, którzy nie spełniają powszechnie przyjętej i zastosowanej dla potrzeb niniejszego badania definicji turysty UNWTO [*Terminologia*

turystyczna 1995, s. 5] wyniki tej części badania nie mają istotnego znaczenia (ani nie są brane pod uwagę) dla ustalenia preferencji turystycznych. Jednak grupę tę uwzględniono w badaniu z dwóch zasadniczych powodów: po pierwsze, dla uzyskania całościowego obrazu osób zwiedzających obiekty wymaga tego zastosowana metodologia badań turystów kulturowych ATLAS, po drugie, ich profil społeczny i zawodowy, typy motywacji wpływającej na ich decyzje zwiedzania obiektu oraz opinie na jego temat powinny być interesującym materiałem tak dla administratorów obiektów Szlaku Piastowskiego, jak i koordynującej go organizacji, przydatnym w szczególności dla krytycznej analizy oferty turystycznej w obiektach, poziomu spełniania standardów obsługi, istnienia ewentualnych mankamentów oraz dla prac koncepcyjnych dotyczących poszerzenia lub modyfikacji tej oferty. W tym kwestionariuszu zrezygnowano z pytań ukierunkowanych na ocenę szlaku oraz jego oferty, a także z określania preferencji turystycznych badanych. W ich wypadku ankieta dostarcza jedynie wiedzy o ich profilu osobowym, preferencjach oraz ocenie pobytu w obiekcie. Na kwestionariusz, obok selekcjonującego modułu A i metryczki (moduł H), w postaci identycznej jak w kwestionariuszu Medium składają się ograniczone wersje modułu B kwestionariusza Medium (pytanie o motywy wizyty w obiekcie oceniane w pięciostopniowej skali Likerta) oraz modułu D tego kwestionariusza (pytanie o ocenę pobytu w obiekcie w rozbiciu na cztery aspekty oraz pytanie otwarte o zauważone mankamenty).

Założono, że każda z wersji kwestionariusza będzie ewaluowana odrębnie, a wyniki zostaną skonfrontowane dopiero na etapie zbiorczej analizy. W odniesieniu do czasu wypełniania w normalnych warunkach przetestowano kwestionariusz LONG jako najdłuższy na próbie 25 osób (uczniowie ostatniej klasy liceum uczestniczący w wycieczce po Szlaku Piastowskim). Czas ten wyniósł od 11 do 14 minut, co w świetle innych badań podobnego typu [Nowacki 2012b, s.] może zostać uznane za wynik akceptowalny. Czas wypełniania pozostałych kwestionariuszy wyniósł w przypadku kwestionariusza Medium 8-11 min, kwestionariusza Short – 4-5 minut. Najcenniejsze z punktu widzenia potrzeb Szlaku Piastowskiego są wyniki badania z użyciem kwestionariusza „Long”, a to ze względu na fakt, że określają one szczegółowo profil turystów zwiedzających szlak jako całościową propozycję. Z jednej strony należą oni do grupy turystów motywowanych kulturowo lub zainteresowanych kulturowo [Bywater 1993, Nahrstedt 1997, s. 105-109; Mikos v. Rohrscheidt 2010, s. 54-57] a nawet tematycznie, z drugiej są zdolni artykułować swoje preferencje także w odniesieniu do szlaków jako systemów tematycznego zwiedzania oraz opinie na temat oferty zwiedzanego przez siebie szlaku. Z punktu widzenia pojedynczych obiektów oraz materializującej się w nich oferty szlaku równie ważne są wyniki badań przeprowadzonych z użyciem kwestionariuszy „Medium” i „Short”, obra-

zujące (częściowo) profil i zachowania turystyczne badanych, a w pełnej objętości ich opinie na temat samych obiektów, ich oferty i poziomu obsługi turystycznej.

1.4.3.4. Wykonawcy badań.

Autor niniejszej pracy, opierając koncepcję badania turystów na standardowym badaniu ATLAS, obok dostosowania jego metodologii do potrzeb badania szlaku tematycznego i opracowania poszczególnych kwestionariuszy badań i procedur realizacji badania w obiektach, dobrał także zespół ankierów i przeprowadził ich szkolenie.

W poszczególnych obiektach badanie zapowiadali, a w razie konieczności jego terminy i warunki ustalali z administratorami obiektów członkowie zespołu audytorów Szlaku Piastowskiego, odpowiedzialni za poszczególne obiekty. Posiadając doświadczenie w prowadzeniu badań, a ponadto znając po przeprowadzonym audycie konkretne uwarunkowania poszczególnych obiektów nadzorowali oni pracę ankierów oraz konsultowali ich na bieżąco i wspomagali w rozwiązywaniu problemów na miejscu.

Grupę ankierów, której zadaniem była realizacja badań turystów stanowili studenci piątego roku studiów na kierunku „turystyka historyczna i animacja historii” na UAM w Poznaniu (5 osób) oraz studenci czwartego lub piątego roku kierunku „turystyka kulturowa” na AWF w Poznaniu (3 osoby). Byli to: Monika Dobek (UAM), Marcin Słomiński (UAM), Maksym Kempański (UAM); Agnieszka Konefał (UAM), Maria Guzek (UAM) oraz Paula Dominiak (AWF), Anna Szmyt (AWF) i Patrycja Szymkowiak (AWF). Wszystkie wymienione osoby uzyskały wcześniej zaliczenie wykładu i ćwiczeń z przedmiotu turystyka kulturowa, tym samym posiadały dobrą orientację w przedmiocie badania. Ponadto odbyli oni kilkugodzinne spotkanie szkoleniowe, na którym zostali zapoznani z celami i procedurami badania. Podczas realizacji ankiet pozostawali pod opieką audytorów odpowiedzialnych za badanie poszczególnych obiektów i mieli z nimi kontakt telefoniczny. Pozostawali również w łączności wzajemnej oraz z kierownikiem zespołu audytowego za pośrednictwem listy mailingowej i w kontakcie telefonicznym. Dodatkowo, w drugiej części okresu badania (po 22 lipca 2012) do grupy dołączyli jako ankierzy także dr Armin Mikos v. Rohrscheidt oraz Oleksiy Artyschuk.

Wprowadzone przez ankierów do systemu elektronicznego wyniki zostały poddane ewaluacji przez kierownika zespołu badawczego, Armina Mikos v. Rohrscheidt w okresie od 23 sierpnia do 4 września 2012, a potem opracowane przezeń w formie raportu [*Raport z badań turystów 2012*], który jest źródłem danych dla niniejszego opracowania w zakresie dotyczącym konsumentów oferty szlaku.

1.4.3.5. Przebieg badania turystów.

Musiał on w każdym przypadku musiał być dostosowany do miejscowych warunków, które w zależności od typu obiektu znacząco się różniły (np. kościół służący potrzebom parafii i duże muzeum, zorientowane na zwiedzających i posiadające szereg elementów infrastruktury i punkty obsługi turystów, gdzie łatwiej znaleźć miejsce do kilkuminutowego wywiadu). Jednak zasadnicza procedura była zachowywana w każdym przypadku. Po pierwsze, badania były dokonywane w ciągu wielu godzin jednego dnia lub (w obiektach najczęściej odwiedzanych przez turystów) przez dwa do trzech dni, z których przynajmniej jeden był dniem roboczym, a przynajmniej jeden – wolnym od pracy. Liczba tych pierwszych i drugich dni została proporcjonalnie wyważona w skali całego badania, taki dobór zastosowano ze względu na potencjalnie różniący się profil zwiedzających w zależności od statusu dnia roboczego lub wolnego. W obiektach szlaku, gdzie z powodu niewielkiej liczby odwiedzających niemożliwe byłoby uzyskanie próby reprezentatywnej dla obiektu i gdzie badanie prowadzono tylko przez jeden dzień, zastosowano zasadę przemienności, to jest mniej więcej w połowie tych obiektów ankiety realizowano w dniach roboczych w pozostałych – w dniach wolnych (w sobotę lub niedzielę albo w trakcie tzw. długich weekendów). W ten sposób zachowana została proporcja dni wolnych i roboczych w skali szlaku, jakkolwiek nie w skali pojedynczych obiektów. Po drugie, ankietowane były osoby, które ukończyły lub przerwały zwiedzanie obiektu (co daje im możliwość wyrażenia oceny). Po trzecie, w celu otrzymania wyników badania reprezentatywnego dla trzech głównych grup turystów, zwiedzających Szlak Piastowski (uczestnicy grup szkolnych, turyści weekendowi oraz typowi turyści wakacyjni) jego ramy czasowe zostały ustalone w taki sposób, by objęło ono okres zwiększonego ruchu wycieczek szkolnych (od połowy kwietnia do końca czerwca), trzy długie weekendy (1-3 maja, dzień Bożego Ciała i dni po nim następujące oraz dzień 15 sierpnia i dni go poprzedzające), a także znaczną część wakacji letnich (od końca czerwca do połowy sierpnia). Po czwarte, wypełniania kwestionariuszy nie proponowano osobom poniżej 16 roku życia, a także starszym uczniom, odbywającym zorganizowaną wycieczkę szkolną. Jest to zgodne z przyjętą metodologią badań ATLAS [Richards 2010, s.21]. Powodem tej restrykcji jest generalna konstatacja, że osoby w tym przedziale wiekowym nie mają jeszcze ukształtowanych preferencji turystycznych, a dodatkowo nie mają zasadniczo wpływu na te zachowania turystyczne, które przekładają się na efekty ekonomiczne (np. wybór miejsca noclegu). Zgodnie z metodą badań ATLAS ankietowane winny być tylko osoby, mające rzeczywisty lub przynajmniej potencjalny wpływ na własne wybory turystyczne. Nieliczne wypełnione kwestionariusze osób poniżej 16 roku życia pochodzą od badanych, którzy - na podstawie wstępnej oceny wizualnej - zostali w pierwszym mo-

mencie uznali za starszych a byli tylko nieznacznie poniżej tej granicy (mieli więcej niż 15 lat) i jednocześnie - pomimo swego wieku – realizowali samodzielne zwiedzanie obiektu.

W każdym obiekcie badanie było przeprowadzane z użyciem wszystkich trzech kwestionariuszy („Long”, „Short” i „Medium”), z których każdy może być uwzględniony do ewaluacji w standardzie ATLAS. Po uzyskaniu zgody na badanie ankietier zadawał badanemu trzy pierwsze pytania z modułu selekcyjnego A (we wszystkich wersjach kwestionariusza brzmiące identycznie), co pozwalało ustalić jego status: turysty na szlaku, innego turysty, lokalnego odwiedzającego, nie spełniającego definicji turysty, przy czym sam zaznaczał odpowiedzi. Dzięki temu ankietier mógł wręczyć badanemu odpowiedni kwestionariusz ATLAS, który ten następnie wypełniał osobiście. Kwestionariusz „Long” otrzymywali zwiedzający szlak, kwestionariusz „Medium” osoby zwiedzające poszczególne obiekty w trakcie odbywania wyjazdu o charakterze turystycznym, natomiast kwestionariusz „Short” - mieszkańcy najbliższej okolicy, zwiedzający obiekt. Ankietier pozostawał w pobliżu by móc udzielić ewentualnej pomocy w jego wypełnianiu, m.in. wyjaśniając przedmiot pytań na neutralnych przykładach. Miało to znaczenie szczególnie w module B przy określeniu typu spędzanych wakacji oraz w module H przy wskazaniu różnicy między dochodem osobistym a dochodem gospodarstwa domowego oraz konieczności przeliczenia standardowo w Polsce podawanego dochodu miesięcznego na przychód roczny, wykorzystywany w metodologii badań ATLAS. Dodatkowo w przypadku kwestionariusza „Short” ankietier mógł zadawać pytania i wypełniać kwestionariusz (traktowany wówczas jako kwestionariusz wywiadu), zgodnie z udzielanymi mu odpowiedziami. Instrukcja dla badających wyraźnie zakazywała im ingerowania w same odpowiedzi i sugerowania którejkolwiek z wybieranych opcji. Miało to w założeniu zapobiec ich wpływaniu na wynik badania. Jednocześnie obecność ankietera i gotowość do pomocy w określeniu materii pytań pomagała eliminować ewentualne błędne ich zrozumienie i udzielenie odpowiedzi niemożliwych do późniejszej ewaluacji lub nie udzielenie odpowiedzi istotnych dla ewaluacji kwestionariusza.

Kilka osób mogło jednocześnie wypełniać osobne kwestionariusze siedząc obok siebie, jednak badający mieli zwracać uwagę, by nie konsultowali oni swoich odpowiedzi, co mogłoby sprawić, że nie odbijałyby one osobistych doświadczeń i opinii, lecz były wynikiem kompromisowych ustaleń.

Po oddaniu kwestionariusza ankietujący sprawdzał stopień jego wypełnienia i prosił o jego ewentualne uzupełnienie w tych punktach, które były niezbędne dla jego ewaluacji (w tym dla ewentualnego krzyżowania danych), jak część pytań z modułu B (rodzaj wakacji) oraz metryczka (moduł H).

Kwestionariusze po ich wypełnieniu oznaczano u góry pierwszej strony kolejnymi numerami z puli przydzielonej ankietownikowi (np. od 301 do 600), a następnie pod ostatnim wersem na dole ostatniej strony wpisywano nazwę obiektu, gdzie ankietę zebrano i datę jego wypełniania. Po zakończeniu badań ankietów wpisywał wszystkie zebrane kwestionariusze do elektronicznej bazy danych, a oryginalnie wypełnione papierowe kwestionariusze zachowywał i w dogodnym czasie przekazywał kierownikowi zespołu dla celów archiwizacji. Możliwość wpisywania kwestionariuszy przez ankietowników w elektronicznej bazie danych zamknięto w dniu 21 sierpnia.

1.4.3.6. Próba badawcza.

W kontekście dotychczasowej praktyki badań z użyciem kwestionariuszy ATLAS, gdzie minimalna liczba wypełniających kwestionariusze ankiet wynosiła 200 osób, a jednocześnie z racji celów badania, obejmujących pozyskanie wiedzy o turystach zwiedzających nie tylko obiekty, ale i szlak jako system założono, że próba reprezentatywna umożliwiająca uzyskanie wiarygodnych wyników powinna wynosić od 1300 do 2500 prawidłowo wypełnionych kwestionariuszy, w tym minimum 500 pozyskanych od zwiedzających szlak całościowo jako propozycję tematyczną i przynajmniej tyle samo od zwiedzających poszczególne obiekty, jednak spełniających kryteria zawarte w definicji turysty UNWTO.

Zasadę doboru próby badanych można określić jako „pierwszy wolny”: proszona o wypełnienie jednego z opisanych kwestionariuszy była każda osoba spełniająca kryteria wieku, która ukończyła lub przerwała badanie danego obiektu oraz wyraziła zgodę na badanie, po zakończeniu badania ankietów prosił pierwszą następną wolną osobę spełniającą te same kryteria. Odsetek osób odmawiających wypełnienia kwestionariuszy wynosił od 10% do 30%, przy czym dzięki zastosowaniu preselekcji w postaci pytań wstępnych skala odmowy wypełnienia kwestionariusza „Long” generalnie nie była wyższa niż w przypadku pozostałych. Odmowy były w większości uzasadniane koniecznością dołączenia do grupy wycieczkowej lub (rzadziej) brakiem czasu / koniecznością wyjazdu.

Selekcja danych. Dla zapewnienia rzetelności wyników badania przed podjęciem ewaluacji danych konieczna była eliminacja obserwacji o anormalnych poziomach. W oparciu o wskazania teoretyków badań statystycznych [Słaby, Łuszniewicz 2008] stosowanych także w badaniach turystów kulturowych [m.in. Kasprzak 2012, s. 414-415] system zliczający skonstruowano tak, by uwzględniał założenia tzw. układu normalnego w odniesieniu do informacji, przy których spodziewano się znacznie większego odsetka odpowiedzi zaniżonych lub zawyżonych. Były to odpowiedzi zawierające dane liczbowe (wielkości pieniężne), czyli udzielane na pytania o wydatki w trakcie podróży oraz o roczne dochody. Począwszy od momentu wpisania setnego

kwestionariusza z każdej grupy system dokonywał automatycznego obliczenia średniej dla odpowiedzi na pytania odnoszące się do wydatków (zawartych w module F kwestionariuszy „Long” i „Medium”) oraz odpowiedzi na pytania o roczne dochody (zawartych w module H wszystkich trzech kwestionariuszy). Na tej podstawie system eliminował odpowiedzi mieszczące się w skrajnych przedziałach, obejmujących po 1% odpowiedzi z najwyższymi i najniższymi wielkościami. Jednocześnie pozostałe udzielone odpowiedzi pozostawały nadal przedmiotem ewaluacji.

Liczba kwestionariuszy zebranych poddanych ewaluacji. W sumie liczba zebranych kwestionariuszy wszystkich typów wyniosła 2118, z tego wypełnionych w stopniu umożliwiającym ewaluację i ostatecznie wpisanych do elektronicznej bazy danych zostało **2061**. Spośród tych ostatnich, liczba wypełnionych kwestionariuszy „Long” wyniosła 508, kwestionariuszy „Medium” – 890, a kwestionariuszy „Short” – 663. Umożliwiło to spełnienie przyjętych założeń badania i uzyskanie próby o wysokim poziomie reprezentatywności, odpowiadającej najbardziej wymagającym standardom badań prowadzonych w odniesieniu do aktywności turystycznej, w tym profilów i zachowań turystów kulturowych.

1.4.3.7. Ewaluacja i dokumentacja badań

Dla zebrania i opracowania wyników badań zostało przygotowane odrębne narzędzie elektroniczne, tzw. maszyna zliczająca, operująca na systemie MySQL. Umożliwia ona najpierw wpisywanie pojedynczych ankiet, a następnie zliczanie odpowiedzi udzielonych przez respondentów na każde z nich, a także obliczanie procentowego udziału odpowiedzi. Zastosowany system pozwala także grupowaćankiety według miejsca ich uzyskania. Istotnym jego elementem, koniecznym ze względu na zamierzone cele badań, jest możliwość obliczania tzw. odpowiedzi krzyżujących się, m.in. kombinowanie wieku respondenta ze skalą jego wydatków lub miejsca jego pochodzenia albo wybranej formy spędzania wakacji z zachowaniami w zakresie wykorzystania obiektów noclegowych. Jednocześnie system eliminuje możliwość wpisania kwestionariusza bez odpowiedzi w zakresie pytań kluczowych dla celów badania, w tym wszystkich pytań selekcyjnych (moduł A, pytania 1,2,3.), niektórych pytań metryczkowych (moduł H, pyt. H.1.), oraz niektórych pytań z pozostałych modułów (np. G.1.), co gwarantuje możliwość ewaluacji wszystkich kwestionariuszy.

Ewaluację danych rozpoczęto 23 sierpnia a zakończono 4 września 2012. Została ona przeprowadzona przez autora opracowania (kierującego zespołem badawczym). W pierwszym etapie ustalania danych ilościowych wykorzystano wspomniane powyżej elektroniczne narzędzie, powiązane systemowo z bazą danych, do której ankietrzy wpisywali wszystkie dane z wypełnionych kwestionariuszy. Ponieważ dzięki zastosowanej konstrukcji kwestionariuszy i systemowi zapisu kluczowe dane zo-

stały zebrane od wszystkich respondentów, a dzięki procedurze przeprowadzania badań liczba odmów odpowiedzi na poszczególne pytania, a tym samym odsetek brakujących danych był niewielki i w znikomym stopniu wpływał na ocenę wyników, zdecydowano się danych nie uzupełniać, lecz każdorazowo podawać liczbę odmów odpowiedzi. Ewaluacja obejmowała zestawienie danych i ustalenie proporcji ilościowych dla poszczególnych odpowiedzi, skrzyżowanie danych metryczkowych oraz danych ustalonych z odpowiedzi na wybrane pytania, opisowe ujęcie danych dla poszczególnych pytań, formułowanie komentarzy do wyników szczegółowych, wreszcie komentarze porównawcze odnoszące się do podobieństw i różnic pomiędzy poszczególnymi badanymi grupami wszędzie tam, gdzie mogą one mieć istotne znaczenie. Ostatni etap ewaluacji obejmował formułowanie szczegółowych wniosków, odnoszących się do sugerowanych zachowań lub przedsięwzięć administratorów obiektów szlaku, gestorów usług lub organizacji koordynującej szlak. Dla zachowania bezpośredniego odniesienia do poszczególnych aspektów funkcjonowania szlaku lub jego obiektów te ostatnie zamieszczono ostatecznie w odnośnych segmentach rozdziału czwartego niniejszej pracy, włączając w odpowiednie miejsca analizy lub uzasadniając z ich pomocą poszczególne postulaty.

Z badań turystów został sporządzony całościowy **Raport** [*Raport z badań turystów 2012*] co stanowiło ostatni etap pracy. Do raportu, przekazanego Radzie NPdsSP dołączono wzory wszystkich kwestionariuszy, wykorzystanych w badaniu. *Struktura* raportu wygląda następująco: po wprowadzeniu, zawierającym okoliczności i procedury badań, objaśniającym zastosowaną metodologię oraz tryb sporządzenia raportu, na dokument złożyły się trzy rozdziały. Rozdział pierwszy określa profil, preferencje, zachowania i opinie turystów kulturowych zwiedzających Szlak Piastowski jako linearny tematyczny system penetracji turystycznej, zestawiono nim wyniki badań oraz dołączone do nich komentarze analityczne, oparte na ewaluacji danych uzyskanych od turystów wypełniających kwestionariusze „Long”. Rozdział drugi ustala profil, preferencje, zachowania i opinie turystów kulturowych zwiedzających pojedyncze obiekty Szlaku Piastowskiego, zestawia on wyniki badań i komentarze analityczne, oparte na ewaluacji danych uzyskanych od turystów wypełniających kwestionariusze „Medium”. Rozdział trzeci zawiera profil i opinie zwiedzających pojedyncze obiekty Szlaku Piastowskiego osób zamieszkałych w bliskiej okolicy: na jego treść złożyły się wyniki badań i komentarze analityczne pochodzące z ewaluacji danych uzyskanych od odwiedzających obiekty i wypełniających kwestionariusze „Short”. Zakończenie raportu obejmuje wnioski ogólne, sugestie wykorzystania wyników badań i raportu oraz wskazuje na możliwości osobnego opracowania raportów dla poszczególnych obiektów Szlaku.

1.4.4. Ogólne ramy czasowe realizacji badań Szlaku Piastowskiego

Badania historyczne dotyczące genezy i przemian struktury Szlaku Piastowskiego autor zrealizował za pomocą kwerendy i analizy źródeł w okresie wrzesień 2011 – luty 2012.

Audyt Szlaku Piastowskiego został zrealizowany w czterech etapach: 1) przygotowania koncepcji i zespołu audytowego, 2) realizacji badań terenowych, 3) archiwizacji, 4) zestawienia wyników, oraz 5) ewaluacji wyników i przygotowania Raportu. Pierwszy i ostatni etap został zrealizowany przez kierownika zespołu (autora pracy), drugi i trzeci przez cały zespół audytowy pod jego kierunkiem, czwarty i piąty przez autora pracy. Ramy czasowe badań audytowych wyglądały jak następuje:

- Ad. 1. wstępne opracowanie koncepcji, przygotowanie aplikacji metod badawczych i opracowanie kwestionariuszy: listopad i grudzień 2011, sporządzenie instrukcji dla audytorów, zebranie i szkolenie zespołu audytowego - styczeń 2012, stworzenie baz danych, podział zadań - pierwszy tydzień marca 2012,
- Ad. 2. nawiązywanie kontaktów w terenie, opracowanie elektronicznych baz danych: do 15 marca 2012. Badania terenowe (w tym audyt obiektów i gmin w przestrzeni szlaku, monitoring stanu tras, realizacja wywiadów eksperckich): Od 17 marca do 20 kwietnia 2012.
- Ad. 3. Archiwizacja wyników badań częściowych (na bieżąco podczas badań, zakończona 22 kwietnia 2012,
- AD.4 zestawianie danych - od 23 do 25 kwietnia 2012,
- Ad. 5. ewaluacja wyników i sporządzanie raportu - od 26 kwietnia do 30 kwietnia 2012.

Badania turystów. Jak wspomniano wyżej, ramy czasowe wybrane dla przeprowadzenia tego badania dostosowano do typowych zachowań najliczniejszych grup turystów korzystających z oferty Szlaku Piastowskiego tak, by objęło ono okres ich zwiększonego ruchu. Etap zbierania danych w obiektach szlaku był realizowany od dnia 15 kwietnia 2012 do 15 sierpnia 2012 włącznie. Jednocześnie, ze względu na potencjalnie różniący się w zależności od dnia profil zwiedzających, badanie przeprowadzano zarówno w dni robocze, jak i wolne od pracy. Umożliwiło to objęcie badaniem zwiedzających o różniących się profilach zawodowych oraz realizujących różne typy aktywności turystycznej (np. turystykę szkolną, wyjazdy rodzinne, wycieczki weekendowe).

Rozdział 2.

Wyniki audytu Szlaku Piastowskiego

Wstęp:

Koncepcja audytu, w tym jego zakres, metodologia i etapy badań oraz zespół wykonawców zostały przedstawione w dniu 2 marca 2012 na posiedzeniu Rady Programowo-Naukowej ds. Szlaku Piastowskiego [*Rada 2012*] i przez nią zaakceptowane. Poszczególne założenia tej koncepcji znalazły swoje odbicie w konstrukcji narzędzi badawczych i w przyjętych procedurach badań terenowych. W trakcie realizacji badań elementy poszczególnych metod były stosowane osobno i zgodnie z ich teoretycznymi założeniami, a wyniki badań zarchiwizowano w odrębnych zbiorach dokumentów, opracowanych specjalnie dla ich zastosowania i zapisu po czym szczegółowe wyniki badań zostały zestawione dla potrzeb ewaluacji. Wzory zastosowanych kwestionariuszy, plany sytuacyjne obiektów oraz uporządkowane zbiory fotografii znajdują się w dziale Załączniki (1-6). Wyniki analiz przeprowadzonych z użyciem poszczególnych metod współtworzą poszczególne elementy niniejszego rozdziału, jednocześnie, dzięki wglądowi z poszczególnych załączników, w każdej chwili i w odniesieniu do każdego elementu możliwe jest ich oddzielenie w celu odrębnej weryfikacji lub wykorzystania do szczegółowych badań.

Przeprowadzone badanie zrealizowało w całej rozciągłości zestaw celów zaproponowanych przez autora koncepcji. Niniejszy rozdział jest prezentacją wyników i wniosków z audytu Szlaku Piastowskiego. Zdecydowano się na taką strukturę rozdziału która ma ułatwić odbiorcom zarówno zapoznanie się z nim w całości, jako analizą systemu, jak i lekturę wycinkową, obejmującą informacje dotyczące poszczególnych elementów funkcjonowania szlaku, przydatnych im z uwagi na zakres zawodowych kompetencji oraz spektrum zadań realizowanych w odniesieniu do obiektów, miejscowości czy szlaku. Rozdział, stanowiący analizę aktualnego stanu szlaku, podzielono na pięć głównych części. Odnoszą się one do obiektów szlaku (w tym ich stanu, dostępności faktycznej i oferty), przestrzeni szlaku (czyli bliższego i dalszego otoczenia obiektów, w tym oferty, infrastruktury turystycznej i usług), koordynacji szlaku (czyli wymiaru organizacji produktu), życia szlaku (czyli kalendarium i przestrzennego rozkładu imprez tematycznych oraz funkcjonowania grup tematycznie powiązanych z profilem szlaku) oraz dostępności komunikacyjnej miejscowości i obiektów.

Przestrzeń objęta badaniem

Zgodnie z brzmieniem protokołu z III posiedzenia Rady PNdsSP z dnia 2 grudnia 2011 [*Rada 2011b*, s. 8-9], jako podstawę dla ustalenia zakresu audytu Szlaku

Piastowskiego przyjęto listę obiektów rekomendowanych oraz (wstępnie zaaprobowane) dwie łączące je trasy. Trasa pierwsza przebiega na linii wschód - zachód: od Lubinia w powiecie kościańskim przez Poznań, Pobiedziska, Ostrów Lednicki, Gniezno, Trzemeszno, Mogilno, Strzelno, Inowrocław, Kruszwicę, Płowce i Brześć Kujawski - do Włocławka. Trasa druga przebiega na linii północny zachód – południowy wschód od Wągrowca przez Łekno, Żnin, Biskupin, Gniezno, Grzybowo k. Wrześni, Łąd nad Wartą do Konina i dalej do Kalisza (w tym rezerwatu archeologicznego na Zawodziu). Obie trasy krzyżują się w Gnieźnie. Niektóre obiekty zostały pozostawione jako obiekty szlaku lub włączone do jego struktury jako nowe pod warunkami, których spełnienie jest oczekiwane do końca roku 2012. W tej sytuacji audyt spełni dodatkowo rolę kontrolną: monitoringu postępów w realizacji przedsięwzięć postulowanych w tych miejscach.

Ostatecznie audytem zostało objętych 39 obiektów, 22 gminy położone na terytorium dwóch województw oraz wszystkie trasy łączące szeregowo poszczególne obiekty zgodnie z przebiegiem głównych dróg publicznych, z wyłączeniem płatnych autostrad.

Obiekty i gminy w ramach pierwszej trasy szlaku:

1. opactwo benedyktyńskie w **Lubiniu** jako przedmiot audytu w obiekcie oraz miasto i gmina **Krzywiń** - jako przedmiot audytu gminy,
2. zespół 7 obiektów w **Poznaniu**: Kościół św. Jana Jerozolimskiego za Murami; Ostrów Tumski z Archikatedrą i palatium; Interaktywne Centrum Historii Ostrowa Tumskiego; Muzeum Archeologiczne; Zamek Królewski na Wzgórzu Przemysła; Multimedialna Makieta Grodu Poznańskiego; trasa miejska w ramach oferty szlaku – Trakt Królewsko - Cesarski) – jako przedmioty audytu w obiekcie oraz **miasto Poznań** – jako przedmiot audytu gminy,
3. Skansen Miniatur Szlaku Piastowskiego w **Pobiedziskach** jako przedmiot audytu obiektu oraz miasto i gmina **Pobiedziska** - jako przedmiot audytu gminy
4. zespół dwóch obiektów na Wyspie Lednickiej i w jej sąsiedztwie (**Ostrów Lednicki**) - grodzisko z wystawą plenerową na Wyspie Lednickiej i ekspozycja muzealna przy Dyrekcji Muzeum – jako przedmioty audytu obiektu oraz gmina **Łubowo** - jako przedmiot audytu gminy,
5. zespół czterech obiektów w **Gnieźnie**: Archikatedra; Muzeum i Archiwum Archidiecezjalne; Muzeum Początków Państwa Polskiego; kościół Franciszkanów jako przedmioty audytu obiektu oraz miasto **Gniezno** - jako przedmiot audytu gminy,
6. bazylika Wniebowzięcia NMP w **Trzemesznie** jako przedmiot audytu obiektu oraz miasto i gmina **Trzemeszno** - jako przedmiot audytu gminy,

7. kościół św. Jana Apostoła i Ewangelisty z kompleksem poklasztornym w **Mogilnie** jako przedmiot audytu obiektu oraz miasto i gmina Mogilno – jako przedmiot audytu gminy,
 8. kościoły św. Prokopa i Św. Trójcy w **Strzelnie** – jako przedmioty audytu obiektu oraz miasto i gmina **Strzelno** - jako przedmiot audytu gminy
 9. kościół Imienia NMP - tzw. „Ruina” w **Inowrocławiu** – jako przedmiot audytu obiektu oraz miasto **Inowrocław** - jako przedmiot audytu gminy
 10. zespół dwóch obiektów w **Kruszwicy**: tzw. Mysia Wieża i kolegiata Św. Piotra i Pawła – jako przedmioty audytu obiektu oraz miasto i gmina **Kruszwica** – jako przedmiot audytu gminy,
 11. pomnik bitwy polsko – krzyżackiej z 1331 w **Płowcach** jako przedmiot audytu obiektu oraz gmina wiejska Radziejów – jako przedmiot audytu gminy,
 12. kościół św. Stanisława z pomnikiem Władysława Łokietka w **Brześciu Kujawskim** jako przedmiot audytu obiektu oraz miasto i gmina **Brześć Kujawski** – jako przedmiot audytu gminy,
 13. zespół dwóch obiektów we **Włocławku**: Katedra pw. Wniebowzięcia NMP i ekspozycja w Muzeum Historii Włocławka jako przedmioty audytu obiektu oraz miasto **Włocławek** – jako przedmiot audytu gminy.
- Łącznie w ramach trasy pierwszej audyt objął: 26 pojedynczych obiektów oraz 13 gmin z obiektami lub zespołami obiektów a także najkrótsze trasy łączące obiekty, przejezdne dla autokarów.

Obiekty i gminy w ramach drugiej trasy szlaku:

1. zespół dwóch obiektów w **Wągrowcu**: klasztor pocysterski i Muzeum Regionalne jako przedmioty audytu obiektu oraz miasto **Wągrowiec** – jako przedmiot audytu gminy,
2. stanowiska archeologiczne grodu i klasztoru cysterskiego w **Leknie** jako przedmiot audytu obiektów oraz gminę wiejską **Wągrowiec** – jako przedmiot audytu gminy,
3. Muzeum Ziemi Pałuckiej w **Żninie** jako przedmiot audytu obiektów oraz miasto i gminę **Żnin** – jako przedmiot audytu gminy,
4. Rezerwat Archeologiczny i Muzeum Archeologiczne z ośrodkiem archeologii eksperymentalnej w **Biskupinie** jako przedmioty audytu obiektów oraz gminę **Gąsawa** – jako przedmiot audytu gminy,
5. *[zespół obiektów w Gnieźnie i miasto Gniezno, należące także do trasy pierwszej],*

6. grodzisko piastowskie z ekspozycją muzealną w **Grzybowie** jako przedmiot audytu obiektów oraz gminę miejsko-wiejską **Września** – jako przedmiot audytu gminy,
7. zespół dwóch obiektów w **Gieczu**: Rezerwat Archeologiczny z muzeum i kościoł św. Mikołaja jako przedmioty audytu obiektów oraz gminę wiejską **Dominowo** – jako przedmiot audytu gminy,
8. kompleks dawnego opactwa cysterskiego w **Lądzie nad Wartą** jako przedmiot audytu obiektów oraz gminę **Lądek** – jako przedmiot audytu gminy,
9. Słup Milowy w **Koninie** jako przedmiot audytu obiektów oraz miasto **Konin** – jako przedmiot audytu gminy,
10. zespół trzech obiektów w **Kaliszu**: Rezerwat Archeologiczny na Zawodziu, Muzeum Okręgowe Ziemi Kaliskiej, Katedrę św. Mikołaja jako przedmioty audytu obiektów oraz miasto **Kalisz** – jako przedmiot audytu gminy.

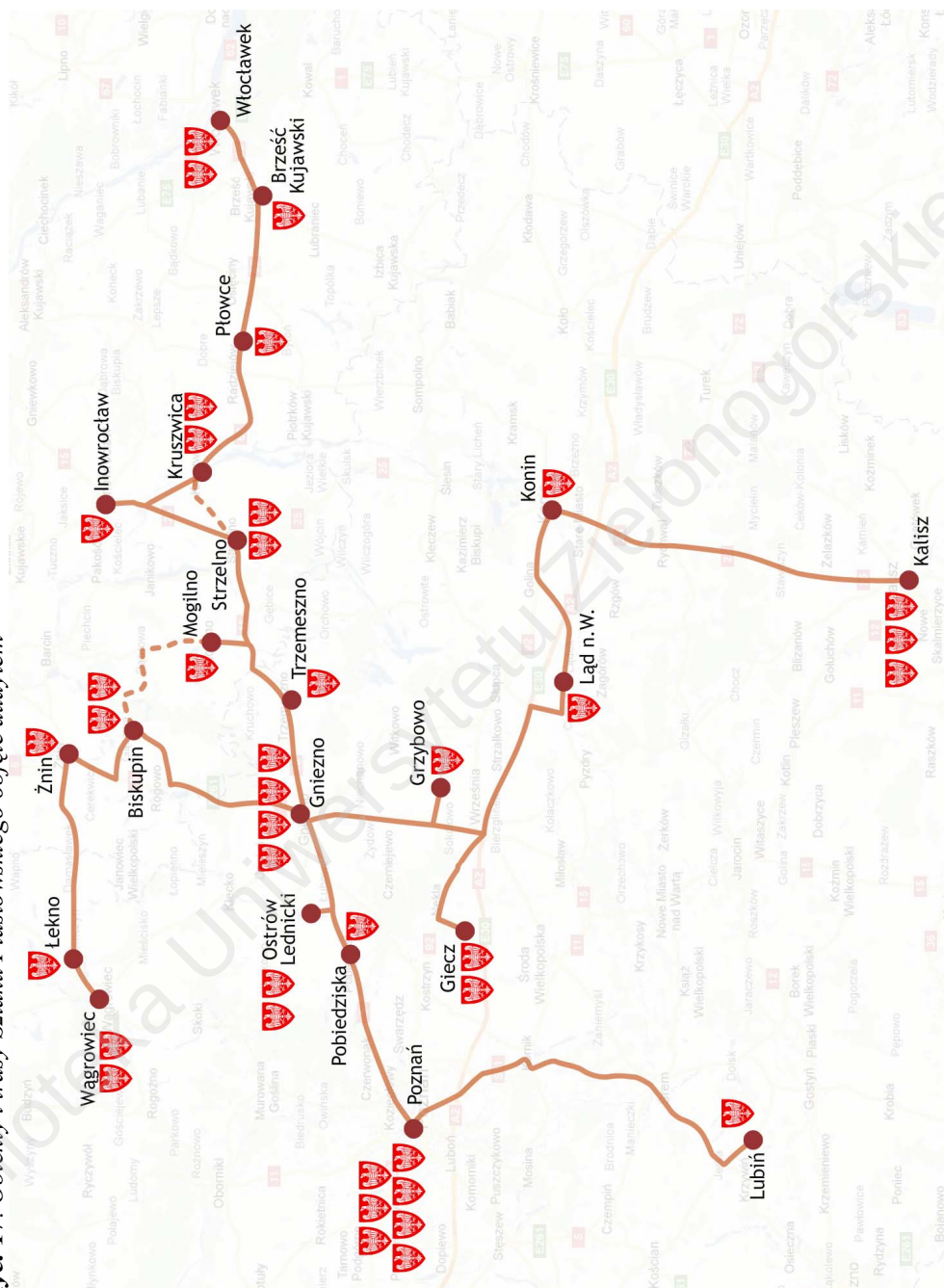
Łącznie w ramach trasy drugiej audyt objął: 13 pojedynczych obiektów oraz 9 gmin z obiektami lub zespołami obiektów a także najkrótsze trasy łączące obiekty, przejezdne dla autokarów (cztery obiekty gnieźnieńskie są obecne także na trasie pierwszej i w jej ramach były badane).

Ponieważ ostateczną strukturę tras w powiecie żnińskim oraz przynależność do tras obiektów w Żninie i Biskupinie pozostawiono do decyzji Rady i mogą one ostatecznie zostać włączone do trasy I (Lubiń-Włocławek) lub do trasy II: (Wągrowiec-Kalisz), audyt w tym rejonie poza trasą Łekno – Żnin -Biskupin-Gnieszno objął dodatkowo alternatywny odcinek trasy Żnin – Biskupin – Mogilno.

Miejscowości z obiektami rekomendowanymi do Szlaku Piastowskiego oraz jego trasami prezentuje graficznie **Rycina 17**.

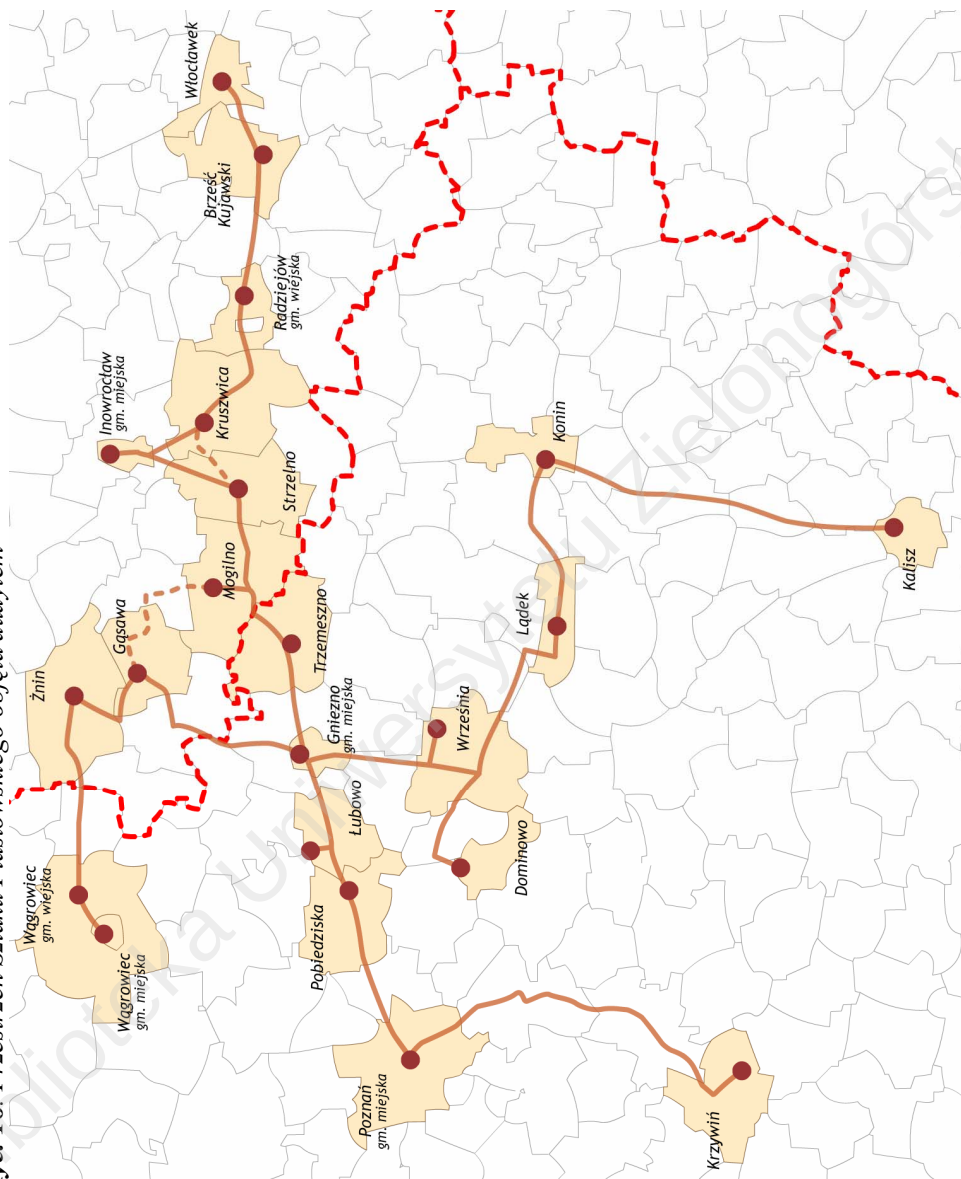
Na podstawie określonej decyzją Rady listy rekomendowanych obiektów Szlaku Piastowskiego ustalona została przestrzeń szlaku, na który składają się wszystkie 22 gminy, posiadające na swoim terenie obiekty szlaku. Są to gminy: Wągrowiec (miasto), Wągrowiec (gmina wiejska), Trzemeszno, Gnieszno (miasto), Łubowo, Pobiedziska, Poznań (miasto), Krzywiń, Dominowo, Lądek, Września, Konin (miasto) Kalisz (miasto) – w województwie wielkopolskim oraz gminy: Włocławek (miasto), Radziejów (wiejska), Brześć Kujawski, Kruszwica, Inowrocław (miasto), Strzelno, Mogilno, Żnin i Gąsawa – w województwie kujawsko-pomorskim. Położenie wymienionych gmin i tym samym rekomendowaną przestrzeń szlaku, a jednocześnie zakres przestrzenny przeprowadzonego audytu ilustruje **Rycina 18**.

Ryc. 17. Obiekty i trasy Szlaku Piastowskiego objęte audytem



Źródło: opracowanie własne zgodnie z brzmieniem rekomendacji Rady PNdsP z dn. 2.12 2011.

Ryc. 18. Przestrzeń Szlaku Piastowskiego objęta audytem



Źródło: opracowanie własne zgodnie z brzmieniem rekomendacji Rady PNdsP z d. 2.12 2011

2.1. Obiekty szlaku

2.1.1. Stan obiektów

W ramach audytu był on badany w pięciu aspektach: 1) braku zagrożeń budowlanych dla zwiedzających, 2) wyposażenia obiektu w WC i węzeł sanitarny oraz jego dostępności dla turystów 3) estetycznego wyglądu zewnętrznego, 4) estetycznego wyglądu wewnętrznego oraz 5) estetycznego wyglądu najbliższego otoczenia obiektu. Pierwsze dwa aspekty były oceniane dualnie (audytor wskazywał opcje „tak” lub „nie”) - w drugim aspekcie przy stwierdzeniu zagrożeń musiały one być dokumentowane przez fotografie. Natomiast ocena trzech pozostałych (3, 4, i 5) dokonywała się przez wskazanie jednej z czterech możliwości: stanu a) bardzo dobrego, b) zadowalającego, c) znacznych mankamentów oraz d) stanu krytycznego, przy czym przy wskazaniu którejkolwiek poza pierwszą opcją badający był zobowiązany do opisu stwierdzonych mankamentów, a w przypadku wskazania jednej z dwóch ostatnich - także do sporządzenia dokumentacji fotograficznej.

Poza aspektem 2, który ze względu na problemy z udostępnianiem istniejących węzłów sanitarnych turystom był badany zarówno podczas oficjalnego audytu w obiektach, jak i wizyty tajemniczego turysty i z tego powodu jest opisany zarówno w kwestionariuszach KAO, jak i NMT sporządzanych dla obiektów, szczegóły pozostałych badanych aspektów (w tym opis mankamentów, które spowodowały obniżenie oceny) zawarte są w obiektowych kwestionariuszach KAO [1-39], zarchiwizowanych w dokumentacji audytu. Poniżej przedstawiono zestawienie stwierdzonych problemów i mankamentów w poszczególnych obiektach.

Brak zagrożeń budowlanych w obiektach:

W żadnym z obiektów Szlaku Piastowskiego poza pozostającymi w procesie budowy (Zamek Królewski i ICHOT w Poznaniu) nie stwierdzono sytuacji, mogącej zagrozić turystom.

Węzły sanitarne w obiektach:

W poniżej wymienionych obiektach nie istnieje dostępny dla turystów węzeł sanitarny: Konin, Makieta Grodu w Poznaniu, Łekno, kościół w Gieczu, Katedra we Włocławku; Brześć Kujawski, Płowce, kolegiata w Kruszwicy, Inowrocław, Archikatedra w Gnieźnie, kościół Franciszkanów w Gnieźnie, Katedra w Kaliszu.

W następujących obiektach węzeł sanitarny jest **nie oznaczony, ale udostępniany** na prośbę turysty: kościół Św. Jana Jerozolimskiego w Poznaniu, Żnin, Mogilno, Muzeum Regionalne w Wągrowcu, Muzeum Historii Włocławka, Łąk nad Wartą, Trzemeszno, Muzeum Okręgowe w Kaliszu.

W pozostałych obiektach węzły sanitarne są oznaczone i udostępnione na bieżąco.

Estetyczny wygląd zewnętrzny obiektów:

Zadowolający (czyli wykazujący drobniejsze mankamenty) stan zewnętrznej estetyki stwierdzono w Żninie, Mogilnie, w Muzeum PP na Lednicy (wystawa muzealna), w Rezerwacie Archeologicznym w Gieczu, na trasie Traktu Królewsko-Cesarskiego z Poznania, w Muzeum Historii Włocławka, w Brześciu Kujawskim, w Płowcach, w Katedrze w Kaliszu.

Znaczne mankamenty stwierdzono w obiekcie poklasztornym w Wągrowcu oraz w Łądzie.

Stan krytyczny zewnętrznej estetyki stwierdzono w Łeknie.

W pozostałych obiektach stan zewnętrznej estetyki został określony jako bardzo dobry.

Estetyczny wygląd wewnętrzny obiektów:

Jako zadowolający został on określony w Żninie, Strzelnie (wystawa obiektowa), w Muzeum w Wągrowcu, w kościele w Gieczu, w Płowcach, w Łądzie nad Wartą, w Trzemesznie oraz w Muzeum Okręgowym w Kaliszu.

Znaczne mankamenty stwierdzono w zespole poklasztornym w Wągrowcu, w Muzeum we Włocławku, na Zamku Królewskim i w ICHOT w Poznaniu (z powodu trwającej budowy).

Stan krytyczny w tym zakresie stwierdzono w Łeknie.

W pozostałych obiektach stan estetyki wewnątrz określono jako bardzo dobry.

Estetyczny wygląd otoczenia obiektów:

Zadowolający stan otoczenia stwierdzono w Łądzie nad Wartą, w Płowcach, w Brześciu Kujawskim, przy trasie Traktu Królewsko-Cesarskiego w Poznaniu.

Znaczne mankamenty stwierdzono w Muzeum we Włocławku, przy wystawie muzealnej na Lednicy, w klasztorze w Wągrowcu, w Pobiedziskach (z powodu trwającej budowy), w Muzeum w Żninie.

Stan krytyczny otoczenia obiektu stwierdzono przy Zamku Królewskim w Poznaniu, przy poznańskim ICHOT (trwające budowy) oraz w Łeknie.

2.1.2. Stan tematykacji obiektów

Przeprowadzenie selekcji wśród dotychczasowych obiektów zwyczajowo uznawanych za obiekty szlaku i rekomendacja nowej listy w sposób zasadniczy poprawiły tematyzację systemu. O ile w badaniu szlaku, przeprowadzonym w roku 2010 [Mikos v Rohrscheidt 2010a, s.180] stwierdzono zgodność pełną lub częściową z profilem szlaku tylko 58% obiektów (czyli zupełną niezgodność aż 42% obiektów), to wśród 39 obiektów rekomendowanych do nowej przestrzeni szlaku jest tylko jeden, który na dzień dzisiejszy nie posiada ani pełnej, ani częściowej zgodności z jego deklarowanym profilem oraz nie spełnia kryteriów chronologicznych: jest to pocy-

sterski zespół klasztorny w Wągrowcu. Oznacza to stan tematyzacji systemu na poziomie 97,4%.

Częściową zgodność z profilem przy jednoczesnym spełnianiu kryteriów chronologicznych stwierdzono w przypadku 12 obiektów. Są to: Muzeum Regionalne w Wągrowcu, Muzeum Ziemi Pałuckiej w Żninie, Rezerwat Archeologiczny i Muzeum w Biskupinie, Muzeum Historii Włocławka, Katedra Włocławska, Skansen Miniatur Szlaku Piastowskiego w Pobiedziskach, Makiety Dawnego Poznania, Muzeum Archeologiczne w Poznaniu, Trakt Królewsko-Cesarski w Poznaniu, Muzeum Archidiecezji Gnieźnieńskiej oraz Muzeum Okręgowe Ziemi Kaliskiej. W przypadku wymienionych muzeów zgodność częściowa oznacza, że wprost do epoki piastowskiej lub bohaterów albo wydarzeń mieszczących się w jej ramach odnosi się jedna z kilku wystaw stałych lub przynajmniej, że przy posiadaniu takich zbiorów aktualnie prowadzone są już zaawansowane prace ukierunkowane na wydzielenie lub stworzenie takiej wystawy (tak jest w Żninie, w Muzeum w Biskupinie oraz w Wągrowcu). W przypadku atrakcji wykreowanych: tematycznie zgodna z profilem szlaku jest jedna z dwóch makiet w zespole Makiet Dawnego Poznania, natomiast w Skansenie Miniatur w Pobiedziskach większość, ale nie wszystkie miniatury prezentują obiekty (dotychczasowego) Szlaku Piastowskiego, przy czym - jakkolwiek ten ułamek spada wraz z nową rekomendacją - nadal wynosi on więcej niż połowę ogólnej liczby eksponatów. Znacząca część obiektów na trasie miejskiej Trakt Królewsko-Cesarski w Poznaniu ma metrykę piastowską lub przynajmniej zgodną chronologicznie z przyjętymi ramami tematyzacji szlaku. W przypadku Rezerwatu Archeologicznego w Biskupinie udowodniony jest fakt zamieszkania tego miejsca we wczesnym średniowieczu i istnieją jego materialne relikty. Wreszcie Katedra Włocławska spełnia wprawdzie kryteria chronologiczne (początek budowy w roku 1340), jednak nie da się w jej przypadku w pełni udowodnić aktywności fundacyjnej Piastów.

Pozostałe, nie wymienione powyżej obiekty posiadają pełną zgodność z profilem szlaku lub spełniają kryterium historyczne w odniesieniu do powstania obiektu lub zgromadzonych w nim zbiorów.

2.1.3. Ranga obiektów szlaku.

Najbardziej wymiernym wyznacznikiem rangi obiektów stanowiących dziedzictwo kulturowe jest ich formalny status. Określa go zaliczenie do grupy obiektów szczególnie cennych dla dziedzictwa światowego lub narodowego, dokonane przez odpowiednie instytucje na podstawie ściśle określonych, jawnych i powszechnie uznanych kryteriów. Żaden z obiektów Szlaku Piastowskiego nie figuruje na najbar-

dziej prestiżowej liście Światowego Dziedzictwa Kulturowego UNESCO⁷⁸. Jeden z obiektów szlaku: Archikatedra Gnieźnieńska, znalazł się w grupie pierwszych polskich propozycji, oficjalnie zgłoszonych do otrzymania Znak Dziedzictwa Europejskiego (European Heritage), który Unia Europejska będzie przyznawać od 2013 obiektom odgrywającym istotną rolę w historii, kulturze oraz w budowaniu Unii [Decyzja PE 2012, art. 18; Załącznik]. Natomiast aż sześć obiektów Szlaku Piastowskiego znajduje się na polskiej liście formalnie uznanych Pomników Historii [NID www 2012]. Zestawienie tych obiektów zawiera **Tabela 3**.

Tabela 3. *Obiekty Szlaku Piastowskiego posiadające status Pomnika Historii*

Nazwa	miejsowość / gmina	Powiat/ województwo	Rok wpisu na listę PH	Typ obiektu
Historyczny zespół miasta	Poznań, Poznań	Poznań, wielkopolskie	2008	zespół miejski
Archikatedra Wnieb. NMP i Św. Wojciecha	Gniezno, Gniezno	Gniezno, wielkopolskie	1994	sakralny - katedra
Wyspa Ostrów Lednicki	Dzieskanowice, Łubowo	Gniezno, wielkopolskie	1994	obronny (gród)
Rezerwat Archeologiczny Biskupin	Biskupin, Gąsawa	Żnin, kujawsko- pomorskie	1994	osada obronna
Zespół opactwa benedyktynów	Lubiń, Krzywiń	Kościan, wielkopolskie	2009	sakralny - klasztor
Zespół d. opactwa cysterskiego	Łąd n .Wartą, Łądek	Słupca, wielkopolskie	2009	sakralny - klasztor

Źródło: opracowanie własne na podstawie [NID www 2012]

Ponadto jeden z obiektów szlaku jest sanktuarium religijnym rangi krajowej - Archikatedra Gnieźnieńska jako sanktuarium Św. Wojciecha jest najstarszym obiektem tego rodzaju w Polsce. Siedem spośród muzeów stanowiących obiekty szlaku znajduje się w „Wykazie muzeów rejestrowanych wpisanych do Państwowego Rejestru Muzeów, prowadzonego przez Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego”, co dokumentuje ich krajową rangę. Są to: Muzeum Początków Państwa Polskiego w Gnieźnie, Muzeum Archeologiczne w Poznaniu, Muzeum Narodowe w Poznaniu (Zamek Królewski), Muzeum Pierwszych Piastów na Lednicy, Muzeum Archeologiczne w Biskupinie, Muzeum Okręgowe Ziemi Kaliskiej w Kaliszu, Muzeum Ziemi

⁷⁸ Zdaniem autora mogłyby jednak zostać podjęte starania o wpis na tę listę jako zespołu obiektów: Ostrowa Tumskiego w Poznaniu, Ostrowa Lednickiego oraz zespołu katedralnego w Gnieźnie, spełniających warunek formalny wpisu na listę Pomników Historii oraz „niosących unikalne lub co najmniej wyjątkowe świadectwo tradycji kulturowej lub cywilizacji wciąż żywej” (III. kryterium) wpisu, które można zastosować w kontekście wyjątkowego znaczenia epoki i regionu, reprezentowanych przez te miejsca dla polskiego kręgu kulturowego, od tego właśnie momentu historycznego współtworzącego kulturę europejską.

Kujawskiej i Dobrzyńskiej we Włocławku. Wszystkie te fakty sprawiają, że Szlak Piastowski, obok Szlaku Architektury Drewnianej w Małopolsce (posiadającego kilka obiektów wspólnie wpisanych na listę Światowego Dziedzictwa Kulturowego UNESCO) oraz Szlaku Zabytków Techniki Województwa Śląskiego (jedyne szlaku z obszaru Europy Środkowo-Wschodniej w sieci Europejskiego Szlaku Dziedzictwa Przemysłowego ERIH) należy do tych polskich systemów organizacji turystyki kulturowej, których listy obejmują najliczniejszą grupę obiektów dziedzictwa kulturalnego i instytucji kulturalnych o najwyższej randze.

2.1.4. Różnorodność obiektów

Zmiany zarekomendowane przez Radę PNdsSP spowodowały wzrost urozmaicenia profilów obiektów Szlaku Piastowskiego. Znikła dotychczasowa absolutna przewaga obiektów sakralnych nad wszystkimi innymi typami obiektów, choć ich liczba nadal jest większa niż każdego innego typu. Wśród samych obiektów sakralnych zwiększyła się z kolei liczba zespołów w stosunku do pojedynczych budowli i jednocześnie zdecydowanie podniósł się poziom ich zgodności z profilem szlaku, w tym bezpośrednich powiązań z członkami dynastii Piastów. Wzrosła także liczba muzeów z wystawami tematycznymi, zwiększyła się liczba atrakcji wykreowanych dla turystyki (jak makieta multimedialna), pojawiły się pojedyncze obiekty typów dotychczas nieobecnych wśród obiektów szlaku: kulturowa miejska trasa turystyczna, element historycznej infrastruktury komunikacyjnej. W szczegółach przedstawia się to następująco⁷⁹:

Budowle sakralne na liście obiektów szlaku (B-REL) reprezentują: kościoły katedralne w Poznaniu, Gnieźnie, Kaliszu (podgrupa B-REL-TEM) i Włocławku (B-REL-HIS) oraz inne świątynie: w Brześciu Kujawskim, Strzelnie (dwie), Kruszwicy, Poznaniu, Trzemesznie, Gnieźnie, Gieczu i Inowrocławiu (wszystkie w grupie B-REL-TEM) – czyli 13 obiektów. Natomiast zespoły budowli sakralnych (Z-REL-TEM) znajdują się w Mogilnie, Łądzie nad Wartą, Lubiniu oraz w Wągrowcu (ten ostatni z powodu braku zgodności tematycznej reprezentuje typ Z-REL-HIS – co daje kolejne cztery obiekty i w sumie 17 obiektów o charakterze religijnym, administrowanych przez Kościół.

Drugą najliczniejszą grupę obiektów stanowią muzea i ekspozycje. W sumie jest ich 13, niektóre jednak ze względu na lokalizację w obiektach historycznych i podporządkowanie tematyki i charakteru wystawy ich profilowi zaliczono do innych typów obiektów (np. Wyspę Lednicką – do zespołów rezydencjonalnych). Muzea tematycznie profilowane (W-MUZ-TEM) reprezentują: stała wystawa muzealna

⁷⁹ Pełna typologia obiektów, opracowana na użytek audytu szlaku znajduje się w **Załączniku nr 7**.

Muzeum Pierwszych Piastów na Lednicy (Dziedkanowice) i Muzeum Początków Państwa Polskiego w Gnieźnie, grupę ekspozycji tematycznie powiązanych (W-EXP-TEM) – poznańskie ICHOT oraz wystawa w Gieczu, grupę pozostałych ekspozycji in situ (W-EXP-ARC) Rezerwat Archeologiczny w Biskupinie, ponadto wśród muzeów z częściowymi powiązaniami (W-MUZ-HIS) są placówki tego typu we Włocławku, Poznaniu (Archeologiczne), Kaliszu, Wągrowcu, Gnieźnie (Archidiecezjalne) Żninie, Muzeum Okręgowe w Kaliszu i Muzeum w Biskupinie.

Typ budowli rezydencjalnych (B-REZ-TEM) reprezentuje Zamek Królewski w Poznaniu, a zespoły rezydencjalne (Z-REZ-TEM) - relikty w Gieczu i na Wyspie Lednickiej oraz zrealizowana in situ rekonstrukcja w Kaliszu. Natomiast gród w Grzybowie, w przypadku którego charakter rezydencji nie został dotychczas udowodniony, wypada zaliczyć do budowli militarnych o profilu zgodnym z tematyzacją szlaku podobnie jak Kruszwicką Mysią Wieżę (B-MIL-TEM). Pomnik bitwy w Płowcach zalicza się do typu monumentów na historycznych miejscach, zgodnych z profilem szlaku (M-POM-TEM), miejsce i monument posiadają jednak także jednoznaczne odniesienie militarne. Grupa atrakcji wykreowanych dla potrzeb turystyki (A-TUR-TEM) powiększyła się o jedną, wydaje się jednak nadal zbyt mała. Tworzą ją Skansen Miniatur Szlaku Piastowskiego w Pobiedziskach i Makieta Grodu Poznańskiego. Na liście po raz pierwszy znalazła się lokalna trasa turystyczna z odniesieniem tematycznym do profilu szlaku (T-REA-TEM) – jest to poznański Trakt Królewsko-Cesarski. Zabezpieczone i dostępne pojedyncze obiekty archeologiczne, zgodne z profilem szlaku (M-ARC-TEM) reprezentuje Koniński Słup Milowy, wreszcie do innych obiektów o tematycznych powiązaniach z profilem (I-INN-TEM) wypada zaliczyć stanowisko archeologiczne w Łeknie - głównie z powodu braku ekspozycji na miejscu.

Tabela 4. zawiera zestawienie obiektów Szlaku Piastowskiego z uwzględnieniem zastosowanej typologii i ilustruje ich różnorodność. W przypadkach występowania cech pozwalających zaliczyć obiekt do kilku równych typów, klasyfikacji dokonano następowo w oparciu o dominujący aspekt reprezentowanego dziedzictwa wyrażony przez oficjalną nazwę obiektu i/lub zapisany w jego dokumentacji lub (w obiektach wtórnych albo wykreowanych dla potrzeb turystyki) wiodącą tematykę oferty turystycznej obiektu.

Warto zauważyć, że w przypadku zaleconego we wnioskach z audytu dołączenia do listy obiektów Szlaku Piastowskiego dwóch otwartych w roku 2012: „Grodu w Pobiedziskach” (rekonstrukcji – A-TUR-TEM) i Rezerwatu Archeologicznego w Poznaniu (W-EXP-ARC), obie grupy odpowiednio się powiększą, zwiększając różnorodność typów, a tym samym przyczyniając się do dalszego urozmaicenia oferty szlaku.

Tabela 4. *Typy obiektów Szlaku Piastowskiego*

Typ obiektu	podtyp	obiekty	liczba	udział w (%)
B	REL	Budowle (B.REL): Katedry: Poznań, Gniezno, Kalisz, Włocławek, kościoły: Brześć Kuj., Strzelno (2), Kruszwica, Poznań, Trzemeszno, Gniezno, Giecz, Inowrocław,	17	43,6%
Z		Zespoły (Z.REL): (b.) klasztory: Mogilno, Łąd n. Wartą, Lubiń, Wągrowiec		
W	TEM HIS/INN	Muzea tematyczne (W.TEM), MPPP Gniezno, Poznań – ICHOT, Historyczne i pozostałe (W.HIS/ARC): Włocławek, Poznań (Archeologiczne), Kalisz, Wągrowiec, Gniezno (Archidiecezjalne), Żnin, Biskupin (muzeum i rezerwat)	10	25,6%
B/Z	REZ	Lednica, Poznań, Giecz, Kalisz	4	10,3%
B/Z/M	MIL	Kruszwica (wieża), Płowce, Grzybowo,	3	7,7%
A	TUR	Pobiedziska, Poznań (makieta grodu)	2	5,1%
T	TEM	Poznań (Trakt Król.-Ces.)	1	2,6%
I	TEM	Konin, Łekno	2	5,1%

Źródło: dokumentacja obiektów KAO (1-39) oraz Typologia Obiektów (Załącznik Nr 7)

2.1.5. Dostępność faktyczna obiektów dla turystów.

Pełna dostępność faktyczna obiektów jest jednym z głównych kryteriów oceny poziomu organizacji szlaku tematycznego jako systemu zwiedzania i jego atrakcyjności dla turystów. Jej brak uniemożliwia określenie go jako szlak materialny, czyli w pełni rozwinięty produkt turystyczny.

Obiekty z ograniczoną dostępnością: Wągrowiec (dawny klasztor) – na zgłoszenie otwiera go personel muzeum, jednak brak informacji o tym przy samym obiekcie [MPI]; Mogilno - konieczność telefonowania po przewodnika, który nie zawsze może przybyć od razu [NMT]; Brześć Kujawski (otwarcie bez problemu, jednak pod warunkiem obecności personelu plebanii) [NMT]; Włocławek (Katedra), Inowrocław, Trzemeszno, Gniezno (kościół Franciszkanów), Kalisz (Katedra) – obiekty generalnie otwarte, jednak brak obsługi na miejscu jest tam połączony z brakiem informacji o godzinach otwarcia [NMT].

Obiekty z niepewną dostępnością: Poznań (Archikatedra) - niezapowiedziane celebry w czasie oficjalnego udostępnienia uniemożliwiają wejście, podczas niezapowiedzianych głośnych modlitw ograniczana jest przestrzeń zwiedzania [NMT]; Giecz (kościół) – obiekt otwierany na prośbę, klucze w prywatnym domu, jednak brak informacji o tym przy kościele [NMT]; Kruszwica (kolegiata) – kościół zamknięty,

otwierany na prośbę, brak jasno sformułowanych zasad otwarcia i kontaktu z upoważnionymi do otwarcia uniemożliwia je podczas ich nieobecności na miejscu [NMT]; Poznań (kościół Św. Jana Jerozolimskiego) - otwarcie pod warunkiem obecności personelu plebanii, jednocześnie brak informacji o tym przy kościele [NMT].

Brak dostępności: Łekno - wstęp zabroniony, brak personelu na miejscu - [NMT; MPI]. Na czas przebudowy wewnątrz (odpowiednio do końca roku 2013 i do 1 maja 2013) niedostępne wewnątrz są też Zamek Królewski oraz ICHOT w Poznaniu [KAO; NMT].

W pozostałych obiektach została potwierdzona **dostępność pełna**, zgodnie z podanymi godzinami otwarcia.

Poza chwilową niedostępnością z powodu realizowanych prac budowlanych dwóch obiektach badanie wykazało utrudnioną (8) lub niepewną (4) dostępność albo brak dostępności turystycznej (1) znacznej grupy innych obiektów szlaku, co znacznie obniża atrakcyjność całego systemu i może spowodować znaczące szkody w jego ocenie jako destynacji turystycznej przez odbiorców. Dostępność faktyczną poszczególnych obiektów ilustruje **Rycina 19**.

2.1.6. Oznaczenie obiektów

Oznaczenia Szlaku Piastowskiego znajdują się przy następujących obiektach:

Lednica - Wyspa (obok własnych oznaczeń), Kruszwica (Mysia Wieża), Kruszwica - kolegiata, Inowrocław, Trzemeszno (to ostatnie w formie większej tablicy).

Inne oznaczenia identyfikujące obiekt przy braku oznaczeń Szlaku Piastowskiego:

Żnin (własne oznaczenie obiektu), Grzybowo (tablice informacyjne MPP na Lednicy), Poznań – Archikatedra (oznaczenia informacji miejskiej, Traktu K-C., własne), Poznań - Muzeum Archeologiczne (własne i Traktu K-C.), Poznań - kościół św. Jana Jeroz. (oznaczenie Traktu K.-C.), Pobiedziska (własne) Strzelno (oba obiekty - własne), Mogilno (własne), Poznań - Makietą Grodu (własne), Biskupin - Rezerwat (własne), Biskupin - Muzeum (własne), Lednica - Muzeum (własne), Giecz - Rezerwat (własne), Trakt K-C Poznań – wzdłuż trasy i na obiektach oznaczenia własne Traktu K-C., Włocławek – Muzeum i Katedra (własne), Poznań - Zamek Królewski (własne, oznaczenia Traktu K-C.), Poznań - ICHOT (własne), Płowce (tablice własne), Łąd nad Wartą (własne), Gniezno - Muzeum PPP (własne), Gniezno - Muzeum Archidiecezjalne (własne), Gniezno - kościół Franciszkanów (własne), Kalisz - Rezerwat Archeologiczny (własne i inne), Kalisz - Muzeum Okręgowe (własne), Kalisz – Katedra (własne), Wągrowiec – Muzeum (własne), Giecz - kościół (własna tablica), Brześć Kujawski (własne oznaczenie).

Brak oznaczeń Szlaku Piastowskiego przy jednoczesnym oznaczeniu innego szlaku:

Wągrowiec – d. Klasztor (Szlak Cysterski), Lubią (Szlak Romański, Droga Św. Jakuba), Gniezno – Archikatedra (Szlak Romański, Droga Św. Jakuba).

Oznaczeń identyfikacyjnych nie ma przy następujących obiektach:

Koniński Słup Milowy, Łekno – stanowisko archeologiczne.

Stwierdzony stan oznaczenia obiektów ilustruje **Rycina 20**.

Legenda: Lista obiektów z numeracją do wszystkich map Szlaku

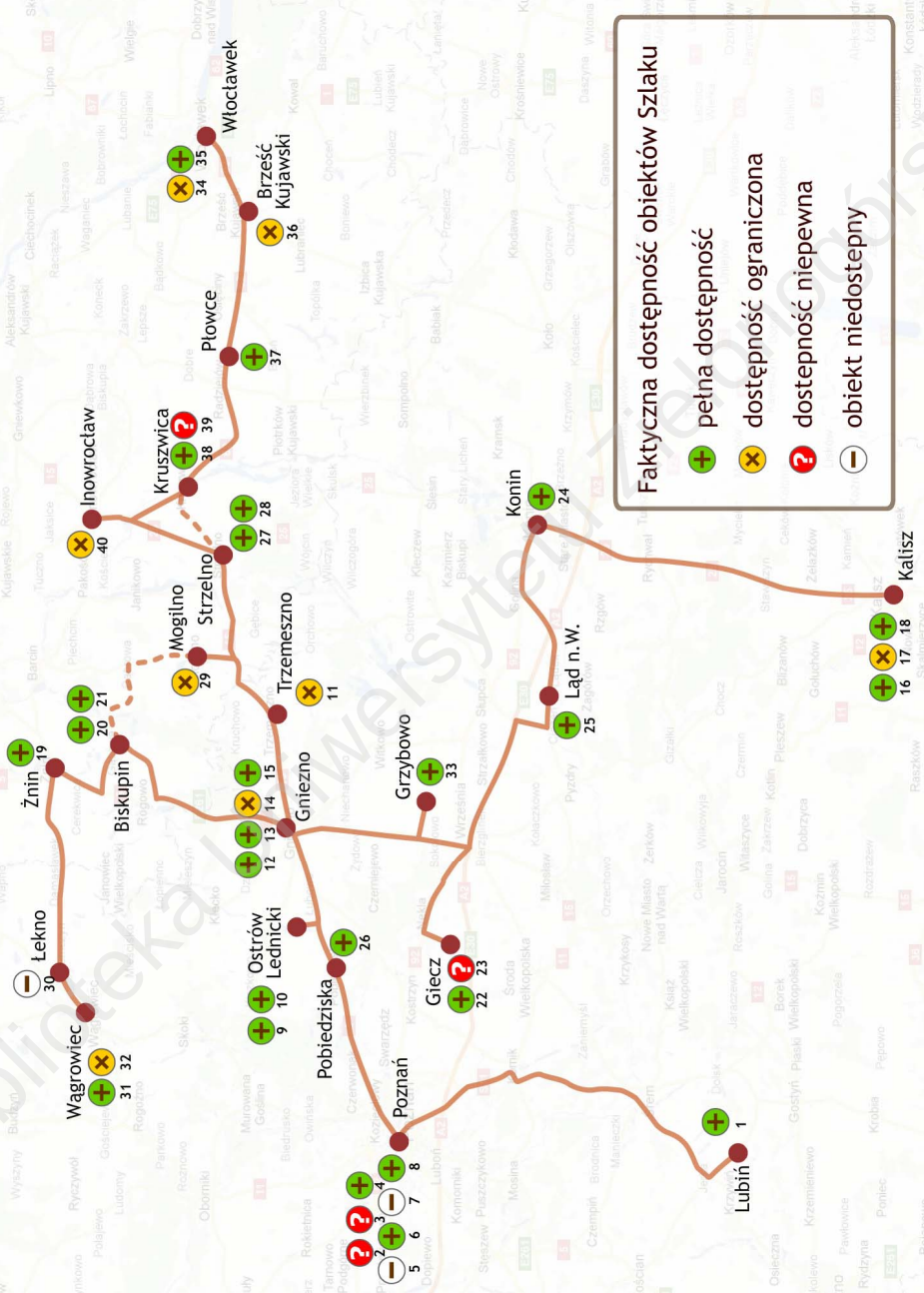
1. Lubią, Zespół Opactwa Benedyktynów,	21. Biskupin, Muzeum Archeologiczne i Oś. Archeologii Eksperymentalnej.
2. Poznań, Kościół Św. Jana Jerozolimskiego za Murami,	22. Giecz, Rezerwat Archeologiczny Gród Piastowski,
3. Poznań, Bazylika Archikatedralna śś. Ap. Piotra i Pawła,	23. Giecz, Kościół św. Mikołaja.
4. Poznań, Muzeum Archeologiczne,	24. Konin, Słup Milowy,
5. Poznań, Zamek Królewski na Wzgórzu Przemysła,	25. Łąd. Pocysterski zespół klasztorny,
6. Poznań, Makiety Dawnego Poznania,	26. Pobiedziska, Skansen Miniatur Szlaku Piastowskiego,
7. Poznań, Interaktywne Centrum Historii Ostrowa Tumskiego,	27. Strzelno. Kościół p.w. św. Trójcy i klasztor (muzeum),
8. Poznań, Trakt Królewsko-Cesarski,	28. Strzelno Kościół p.w. św. Prokopa,
9. Lednica, Muzeum Pierwszych Piastów na Lednicy. Ekspozycja muzealna przy siedzibie Dyrekcji,	29. Mogilno, pobenedyktyński zespół klasztorny,
10. Lednica, Muzeum Pierwszych Piastów, ekspozycja plenerowa,	30. Łekno, Stanowisko archeologiczne,
11. Trzemeszno, Kościół Wniebowzięcia NMP i Św. Michała Archaniola,	31. Wągrowiec, Muzeum Regionalne,
12. Gniezno, Katedra pw. Wniebowzięcia Najświętszej Marii Panny i św. Wojciecha,	32. Wągrowiec, Zespół pocysterski,
13. Gniezno, Muzeum Archidiecezji Gnieźnieńskiej,	33. Grzybowo. Rezerwat Archeologiczny,
14. Gniezno, Kościół Wniebowzięcia NMP i św. Antoniego (franciszkanów),	34. Włocławek, Bazylika katedralna Wniebowzięcia Najświętszej Maryi Panny,
15. Gniezno, Muzeum Początków Państwa Polskiego,	35. Włocławek, Muzeum Historii Włocławka.
16. Kalisz, Muzeum Okręgowe Ziemi Kaliskiej w Kaliszu,	36. Brześć Kujawski, Kościół pw. św. Stanisława Biskupa i Męczennika,
17. Kalisz, Katedra św. Mikołaja Biskupa,	37. Płowce, Pomnik upamiętniający bitwę pod Płowcami,
18. Kalisz, Rezerwat Archeologiczny w Kaliszu Zawodziu.	38. Kruszwica, Ruiny zamku pokazimierzowskiego (Mysia Wieża),
19. Żnin, Muzeum Ziemi Pałuckiej,	39. Kruszwica, Kolegiata pw. śś. Ap. Piotra i Pawła,
20. Biskupin, Rezerwat Archeologiczny,	40. Inowrocław, Bazylika Mniejsza pw. Imienia Najświętszej Maryi Panny.

W pozostałej części opracowania w legendzie będą wykorzystywane skrócone nazwy wyżej wymienionych obiektów.

Ryc. 19. Dostępność faktyczna obiektów Szlaku Piastowskiego

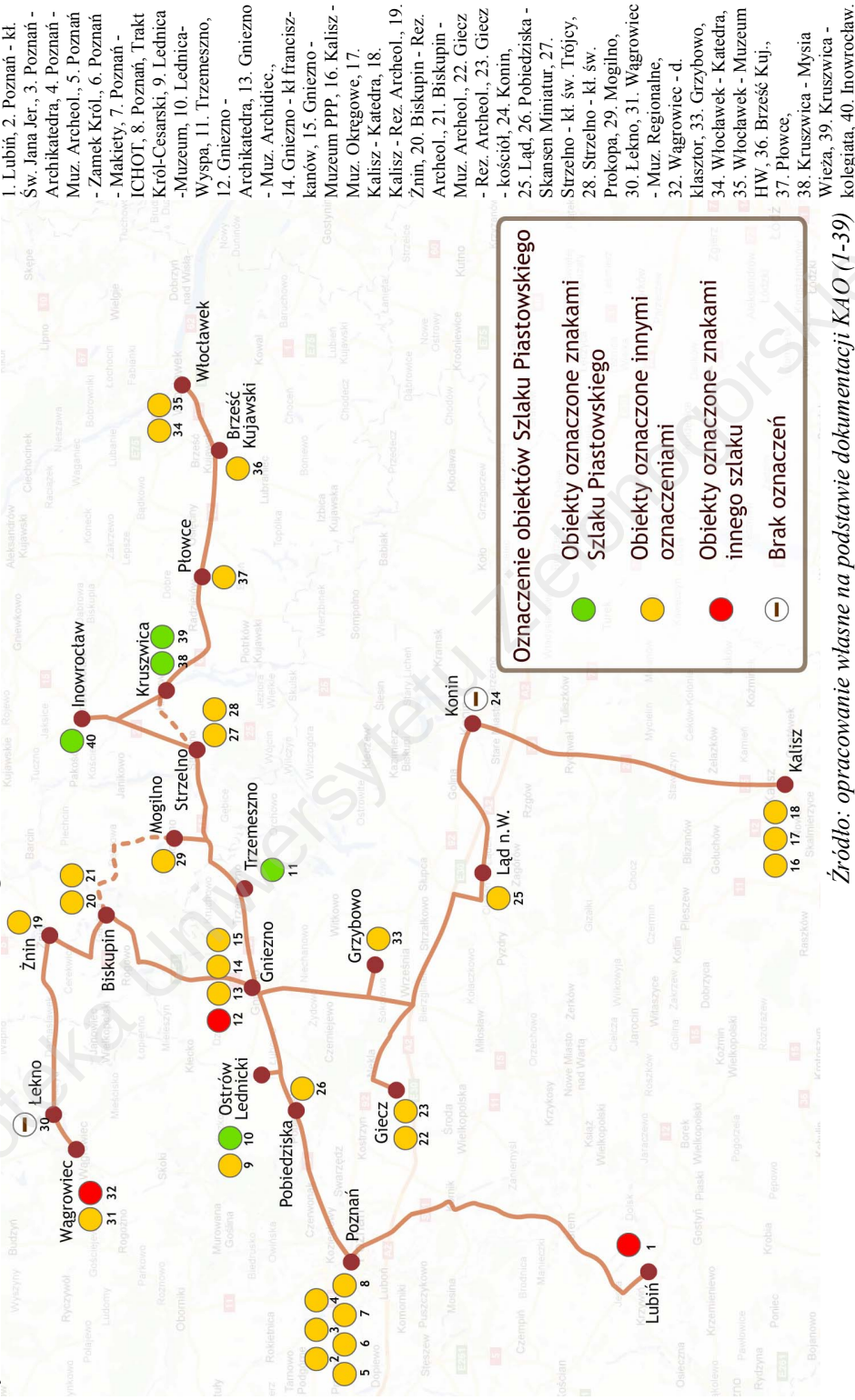
Obiekty Szlaku Piastowskiego.

1. Lubin, 2. Poznań - kl. św. Jana Jer., 3. Poznań - Archikatedra, 4. Poznań - Muz. Archeol., 5. Poznań - Zamek Król., 6. Poznań - Makiety, 7. Poznań - ICHOT, 8. Poznań, Trakt Król-Cesarski, 9. Lednica - Muzeum, 10. Lednica - Wyspa, 11. Trzemeszno, 12. Gniezno - Archikatedra, 13. Gniezno - Muz. Archidiece., 14. Gniezno - kl. franciszkanów, 15. Gniezno - Muzeum PPP, 16. Kalisz - Muz. Okręgowe, 17. Kalisz - Katedra, 18. Kalisz - Rez. Archeol., 19. Żnin, 20. Biskupin - Rez. Archeol., 21. Biskupin - Muz. Archeol., 22. Giecz - Rez. Archeol., 23. Giecz - kościół, 24. Konin, 25. Łą. 26. Pobiedziska - Skansen Miniatur, 27. Strzelno - kl. św. Trójcy, 28. Strzelno - kl. św. Prokopa, 29. Mogilno, 30. Łekno, 31. Wągrowiec - Muz. Regionalne, 32. Wągrowiec - d. klasztor, 33. Grzybowo, 34. Włocławek - Katedra, 35. Włocławek - Muzeum HW, 36. Brześć Kuj., 37. Płocce, 38. Kruszwica - Mysia Wieża, 39. Kruszwica - kolegiata, 40. Inowrocław.



Źródło: opracowanie własne na podstawie dokumentacji KAO (1-39)

Ryc. 20. Oznaczenie obiektów Szlaku Piastowskiego



Źródło: opracowanie własne na podstawie dokumentacji KAO (1-39)

Oznaczenie dojazdu do obiektów przy drogach.

Oznaczenie dojazdu tablicą Szlaku Piastowskiego: Pobiedziska, Strzelno (oba obiekty), Lednica (Wyspa), Kruszwica (Mysia Wieża i kolegiata), Inowrocław.

Inne oznaczenie dojazdu do obiektu: Konin, Grzybowo, Wągrowiec (oba obiekty), Lubiąż, Biskupin (oba obiekty), Lednica (wystawa), Giecz (rezerwat), Poznań (Trakt Królewsko-Cesarski, Katedra, Zamek Królewski), Gniezno (Katedra, Muzeum PPP, Muzeum Archidiecezjalne), Kalisz (Rezerwat, Muzeum).

Brak oznaczenia dojazdu do obiektu: Żnin, Mogilno, Łekno, Poznań (kościół św. Jana Jeroz.; Muzeum Archeologiczne; Makieta Grodu; ICHOT,) Giecz (kościół), Włocławek (Muzeum i Katedra), Brześć Kujawski, Płowce, Łąd nad Wartą, Trzemeszno, Gniezno (kościół Franciszkanów), Kalisz (Katedra).

Główne problemy w zakresie oznaczenia obiektów. Stwierdzonymi przez audyt typowymi przykładami mankamentów w tym zakresie są takie, gdy dojście do obiektów w ogóle nie jest oznaczone, a sam obiekt nie ma ani znaku szlaku ani widocznego znaku własnego – w efekcie pojawia się ryzyko zagubienia się turysty lub potrzeba uciążliwego dla niego dopytywania o drogę. Z kolei w niektórych miejscach droga przez miasto ze stacji lub przystanku do obiektu jest dość daleka, a sam obiekt nieoznaczony za pomocą logo szlaku (np. w Żninie, Grzybowie) lub oznaczony, ale w niestandardowy sposób (Trzemeszno), co wywołuje te same efekty. W innych miejscowościach istnieją z kolei dobre systemy oznaczeń własnych systemów zwiedzania (Poznań, Gniezno) przy jednoczesnym zupełnym braku oznaczeń Szlaku Piastowskiego. Po zrealizowaniu własnego systemu oznaczeń gmina czuje się zwolniona z dbałości o oznaczenia szlaku, co skutkuje nie tylko możliwą dezorientacją turysty zwiedzającego szlak (czy to jest szukany obiekt, czy nie?), ale i redukcją oddziaływania efektu synergii, jednego z głównych atutów funkcjonowania szlaku tematycznego. W jeszcze innych miejscach wielość zastosowanych oznaczeń (np. Ostrów Lednicki - trzy typy!) wywołuje chaos i wizualnie zakłóca tematyzację obszaru, choć bez wątpienia spełniają one swoje podstawowe zadanie doprowadzenia turysty do celu.

Parkingi przy obiektach.

Szczegóły dotyczące typu parkingów i ich odległości od obiektów znajdują się w odpowiednich kwestionariuszach obiektowych KAO, natomiast położenie parkingów zaznaczono na planach sytuacyjnych obiektów – oba typy dokumentów znalazły się w dokumentacji obiektów.

Parkowanie samochodów:

Własny parking obiektowy w odległości nie dalszej niż 500 m od wejścia:

Lednica (wystawa plenerowa i wystawa muzealna), Pobiedziska, Strzelno (oba obiekty), Mogilno, Wągrowiec (Muzeum), Lubią, Biskupin (oba obiekty), Giecz (Rezerwat), Brześć Kujawski, Włocławek (Muzeum i Katedra), Poznań (ICHOT), Płowce, Kruszwica (Mysia Wieża), Inowrocław.

Inne, w tym publiczne parkingi w odległości nie dalszej niż 500 m:

Konin, Grzybowo, Poznań (kościół Św. Jana Jer.), Poznań (Makieta Grodu), Poznań (Muzeum Archeologiczne), Poznań (Trakt Królewsko-Cesarski), Poznań (Zamek Królewski), Poznań (Katedra), Kruszwica (Kolegiata), Gniezno (Muzeum Archidiecezjalne), Gniezno (Muzeum PPP), Gniezno (kościół Franciszkanów), Trzemeszno, Kalisz (Katedra), Kalisz (Muzeum Okręgowe), Żnin, Gniezno (katedra), Kalisz (Rezerwat), Wągrowiec (klasztor).

Możliwość parkowania bez oznaczonego parkingu: Giecz (kościół), Łąd nad Wartą.

Brak możliwości legalnego parkowania w promieniu 500 m od wejścia do obiektu: Lękno.

Parkowanie autokarów turystycznych:

Własny parking obiektowy w odległości nie dalszej niż 500 m od wejścia do obiektu: Lednica (Wyspa), Pobiedziska, Strzelno (oba obiekty), Mogilno, Wągrowiec (Muzeum), Lubią, Biskupin (oba obiekty), Giecz (Rezerwat), Poznań (ICHOT), Płowce, Kruszwica (Mysia Wieża), Inowrocław.

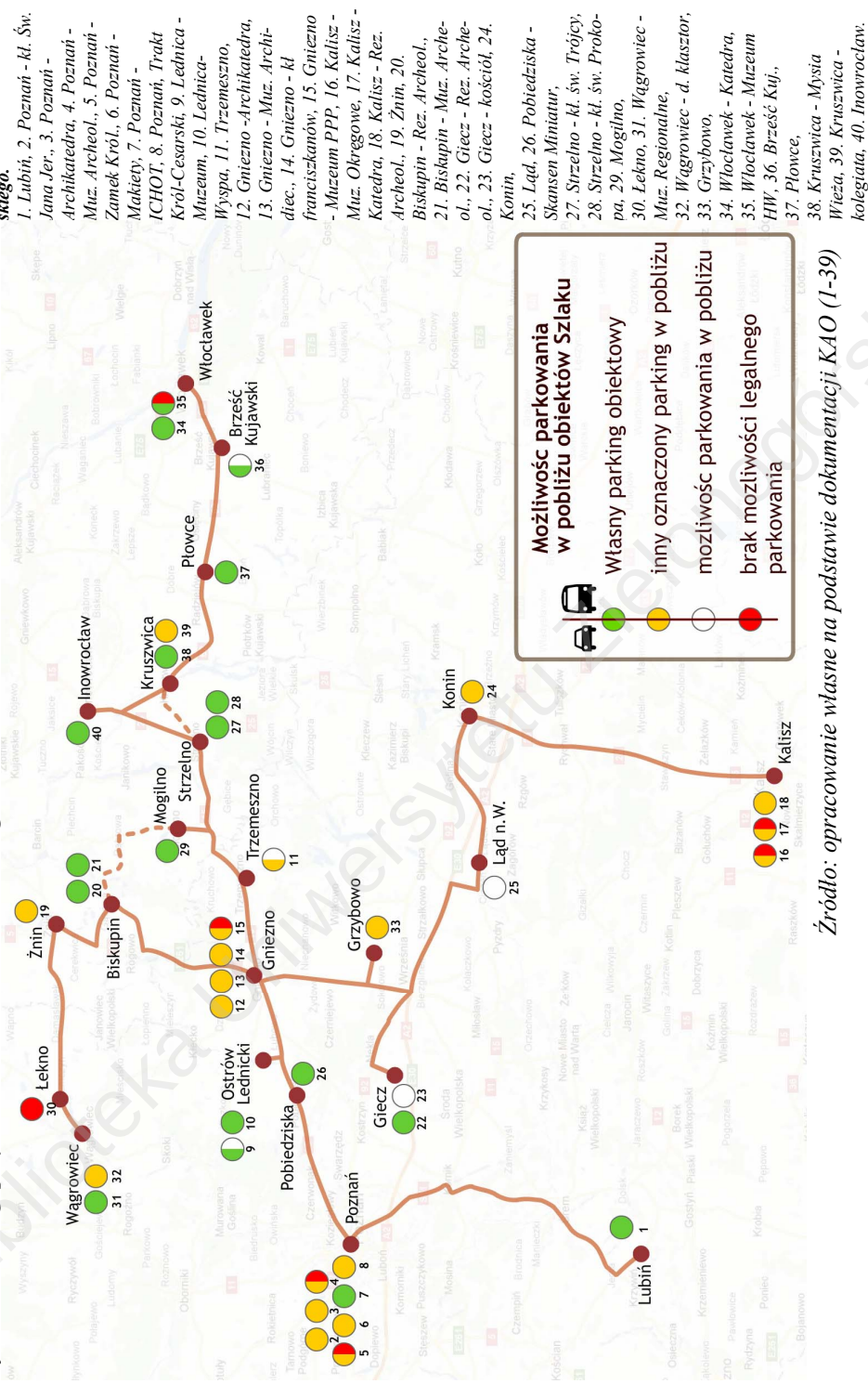
Inne, w tym publiczne parkingi w odległości nie dalszej niż 500 m od wejścia do obiektu: Konin, Grzybowo, Poznań (kościół Św. Jana Jer.), Poznań (Makieta Grodu), Poznań (Trakt Królewsko-Cesarski), Poznań (Katedra), Kruszwica (Kolegiata), Żnin, Kalisz (Rezerwat), Poznań (Muzeum Archeologiczne), Poznań (Zamek Królewski), Gniezno (katedra), Gniezno (Muzeum Archidiecezjalne),

Możliwość parkowania bez oznaczonego parkingu: Lednica (Wystawa Muzealna), Giecz (kościół), Brześć Kujawski, Łąd nad Wartą, Trzemeszno.

Brak możliwości legalnego parkowania w promieniu do 500 m od wejścia: Lękno, Włocławek (Muzeum – 550m), Gniezno (Muzeum PPP - 750m), Kalisz (Katedra) - 700m, Kalisz (Muzeum Okręgowe - 1200m).

W przypadku wymienionych w ostatniej grupie obiektów w Gnieźnie, we Włocławku i Kaliszu parkingi dla autokarów wprawdzie istnieją, jednak w większej odległości niż przyjęta dla celów badania (od 500 do nawet 1200 metrów), co uniemożliwia ich uwzględnienie i jest wskazaniem na wyraźne utrudnienie dla turystów. Ponadto w Żniniu, Gnieźnie (Archikatedra, Muzeum Archidiecezjalne, kościół Franciszkanów, w Wągrowcu (obiekt pocysterski) i w Poznaniu (Muzeum Archeologiczne,

Ryc. 21. Parkingi przy obiektach Szlaku Piastowskiego



Zamek Królewski, Makieta Grodu) – zatem w środowisku miejskim - przy większych odległościach od parkingu do obiektu dla turystów indywidualnych mogą zaistnieć problemy ze znalezieniem drogi do obiektu. Brak tablicy informacyjnej przy parkingu, opisującej drogę do obiektu szlaku jest odstępstwem od standardów turystyki miejskiej. Ogólny stan infrastruktury parkingowej przy obiektach szlaku ukazuje **Rycina 21**.

2.1.7. Oferta turystyczna obiektów:

2.1.7.1. Wystawy w obiektach i w przestrzeni szlaku

Obok zwiedzania samych obiektów zabytkowych, zagwarantowanego przez ich dostępność turystyczną i uznawanego za podstawową funkcję turystyczną w ramach oferty szlaku, najważniejszym elementem oferty dla turystów są ekspozycje. Wśród nich szczególnie wpływ na edukacyjną efektywność obiektów (a niezależnie od tego także na ich atrakcyjność) posiadają wystawy multimedialne i interaktywne. Szczegóły na temat ilości ekspozycji, ich rodzaju i sposobu opisu zbiorów podają kwestionariusze KAO sporządzone dla poszczególnych obiektów. W poniższym zestawieniu odnotowano, wyróżniając ich typy: a) funkcjonujące wystawy stałe w/przy poszczególnych obiektach, w pełni zgodne z profilem szlaku i realizujące jego tematykę w przekazie o charakterze interpretacyjnym lub wprost edukacyjnym, b) wystawy w obiektach szlaku i w jego przestrzeni częściowo zgodne z profilem szlaku, potencjalnie uzupełniające ten przekaz, c) wszystkie inne ekspozycje w przestrzeni szlaku. Za wystawy multimedialne i interaktywne uznano wystawy zawierające przynajmniej kilka elementów tego rodzaju, stanowiących łącznie poważną część wystawy lub wyznaczających jej istotne elementy.

2.1.7.1.1. Wystawy tematyczne w obiektach szlaku

Tabela 5. stanowi zestawienie wszystkich ekspozycji w obiektach Szlaku Piastowskiego, w pełni zgodnych z jego deklarowaną tematyką, wraz z podaniem ich typów i krótkim opisem.

W kulturowym szlaku tematycznym, funkcjonującym jako system i proponowanym odbiorcom jako jednolita propozycja zwiedzania, kluczowe znaczenie posiada komplementarność ekspozycji. Polega ona na uzgodnieniu zestawu atrakcji i przekazu, w tym oczywiście treści i technik stosowanych w ich przekazie w ramach poszczególnych wystaw. Z jednej strony powinny one wspólnie reprezentować (i prezentować) możliwie integralny obraz deklarowanego w profilu szlaku aspektu dziedzictwa kulturowego, obejmujący wszystkie jego istotne elementy i wychodzący naprzeciw zainteresowaniom współczesnego turysty, nie ograniczając się do tzw.

wielkiej historii (czyli głównie jej politycznych aspektów), z drugiej - unikać powtórzeń zarówno samych treści, jak i elementów wystaw oraz stosowanych technik.

Tabela 5. *Stale wystawy w obiektach SP tematyzowane zgodnie z profilem szlaku*

Miejscowość /obiekt	Tytuł wystawy	Tematyka wystawy (opisowo)	Typ wystawy	Opisy w językach	KAO / NMT
Poznań Muzeum Archeol.	Tu powstała Polska	średniowieczna Wielkopolska	EAI	pl, en, AG	KAO-4 NMT-4
Poznań Rezerwat Archeol.	Genius Loci	ekspozycja reliktyw walu grodowego in situ	EAM, PF	pl, en, AG	NMT-X1
Pobiedziska	Skansen Miniatur SP	makiety obiektów SP	TKT	Pl	KAO-26 NMT-26
Pobiedziska	Gród Pobiedziska	rekonstrukcja grodu	TKI	pl,	KAO-X4
Dziekany Muzeum PP na Lednicy.	Pod niebem średniowiecza	dzieje grodu na Ostrowie Lednickim	EAM, PF	pl, en	KAO-9 NMT-9
	ekspozycja plenerowa	Relikty palatium w ramach trasy turystycznej	PEA	pl, en	KAO-10 NMT-10
Gniezno Muzeum PPP	Początki państwa polskiego	Początki państwa polskiego	EAM, PF (3)	pl, en	KAO-15 NMT-15
Grzybowo	Gród G. – między plemieniem a państwem	zaaranżowany wykop archeologiczny	TKI PF	Pl	KAO-33 NMT-33
Giecz Rezerwat Archeol.	Terra Sancta - Giecz w Monarchii Piastowskiej	relikty archeologiczne z grodziska w Gieczu	EAM	Pl	KAO-22 NMT-22
Biskupin Muzeum	rekonstrukcja wioski „Starczy Biskupicy”	zrekonstruowane chaty i warsztaty rzemieślnicze	TKI	pl,	KAO-21 NMT-21
Kalisz - Rezerwat	Kaliski Gród Piastów	Rekonstrukcja grodu in situ w ramach trasy turystycznej	PER / EAM	pl, en	KAO-18 NMT-18

Legenda: **EAM** – ekspozycja z oryginalnymi eksponatami oraz licznymi elementami multimedialnymi, **TKM** – tematyczna kreacja multimedialna bez eksponatów autentycznych, **EAI** – ekspozycja z oryginalnymi eksponatami i licznymi elementami interaktywnymi, **TKI** – tematyczna kreacja interaktywna bez autentycznych eksponatów, **TKT** – tematyczna kreacja tradycyjna bez oryginalnych eksponatów, (pl, en) – języki opisów wystaw, **PEA** – plenerowa ekspozycja z autentycznymi reliktyami, **PER** – plenerowa ekspozycja z rekonstrukcją in situ, **AG** – audioguide lub inny system zwiedzania, **PF** – pokaz filmu powyżej 5 minut., **SP** – Szlak Piastowski.

Źródło: opracowanie własne na podstawie dokumentacji KAO (1-39) NMT (1-39)

Powyższe zestawienie pozwala zorientować się w skali i strukturze „zagospodarowania” poszczególnych aspektów piastowskiego dziedzictwa za pomocą ekspozycji muzealnych i wystaw oraz tras o charakterze edukacyjnym. Wynika z niego, że wśród wykorzystanych wątków przeważają najlepiej rozpoznane naukowo treści natury politycznej i traktowane ogólnie / przekrojowo wątki społeczne (Gniezno MPPP, Poznań – Muzeum Archeologiczne) oraz najłatwiejsze do udokumentowania i prezentacji aspekty genezy, rozwoju przestrzennego oraz losów poszczególnych obiektów (Lednica - obie wystawy, Giecz, Grzybowo, Kalisz-Rezerwat), jak również zagadnienia technologiczne (Pobiedziska – gród, Poznań – Rezerwat, Biskupin-rekonstrukcja). Pojedyncza wystawa prezentuje walory o charakterze estetycznym (skansen miniatur w Pobiedziskach), jednak bez ich pogłębienia o element edukacyjny (w związku ze zmianą struktury przestrzennej szlaku wystawa jest zresztą w części nieaktualna).

Na skutek braku koordynacji projektów i przedsięwzięć muzealnych na poziomie szlaku (wynikającego z braku faktycznej koordynacji systemu) dokonane zestawienie ujawnia brak spójnej koncepcji wystawienniczej i edukacyjnej. Stwierdzony stan rzeczy jest wysoce niekorzystny z punktu widzenia spójności przekazu i domaga się działań naprawczych.

Zestawione wystawy realizujące tematykę Szlaku Piastowskiego wykazują tylko częściową komplementarność. Z jednej strony występują wymienione powyżej luki w przekazie na temat poszczególnych aspektów dziedzictwa, drugiej stwierdzono liczne powtórzenia wątków a nawet poszczególnych eksponatów. Powielanie treści w tej grupie wystaw (co jest do przyjęcia w części wprowadzającej, jednak nuży odbiorcę w dalszej części prezentacji) stwierdzono zestawiając materiał prezentowany w Gnieźnieńskim Muzeum MPPP oraz w wystawie Muzeum PP na Lednicy (włącznie z powtórzeniem w formie repliki jednego z lednickich eksponatów w Gnieźnie!). Podobnie daleko idące zbieżności zauważalne są między wystawą Muzeum Archeologicznego w Poznaniu a Muzeum PPP w Gnieźnie (w części narracyjnej oraz w powtarzaniu eksponatów, np. replik koron królewskich), oraz między Muzeum Archeologicznym w Poznaniu i Muzeum Archidiecezjalnym w Gnieźnie – a także trasą zwiedzania gnieźnieńskiej Archikatedry (obok autentycznych Drzwi Gnieźnieńskich w innych obiektach szlaku funkcjonują trzy (!) ich kopie, w tym jedna w sąsiadującym i należącym do wspólnego zespołu muzeum, co posiada wymiar humorystyczny). Inną ilustracją niepotrzebnej zbieżności wydaje się umieszczenie wątku spotkania Ottona III z Bolesławem Chrobrym w ramach wystawy w poznańskim Muzeum Archeologicznym (obecny jest on także w prezentacjach Muzeum na Lednicy oraz Muzeum PPP w Gnieźnie). W ramach koniecznego uzgodnienia treści wystaw niezbędna będzie rezygnacja z poszczególnych wątków zwłaszcza

cza tam, gdzie nie mają one historycznego uzasadnienia (w tym wypadku w Poznaniu) i ich inne „rozpisanie” w scenariuszach tam, gdzie można daną relację rozbić na odrębne fragmenty (np. między Lednicą a Gnieznem).

Z drugiej strony w omawianej grupie wystaw dają się zauważyć poważne braki, czyli „niezagospodarowane” tematy oraz poszczególne potencjalnie interesujące wątki lub aspekty funkcjonowania społeczeństwa i państwa. Należy do nich potraktowany tylko marginalnie temat wprowadzania chrześcijaństwa i obecności oraz rozwoju Kościoła na ziemiach piastowskich (w tym rozlicznych aspektów, jak akcja misyjna i opór przeciw niej, organizacja prowincji kościelnej i jej znaczenie, tworzenie sieci parafialnej, początki życia monastycznego i wpływ zakonów na formującą się rodzimą kulturę oraz na gospodarkę, niektóre zagadnienia militarne na poziomie państwa (organizacja i utrzymanie armii), okres rozbitcia dzielnicowego i konflikty w ramach dynastii, wielkopolska linia Piastów i próby zjednoczenia kraju wychodzące z Wielkopolski, wybitne postacie Piastów wielkopolskich i kujawskich (Mieszko III, Przemysław II, Władysław Łokietek, inni), życie codzienne nie tylko w grodach, ale i osadach oraz powstających od wieku XIII organizmach miejskich oraz szereg innych.

W analizowanej grupie wystaw w ostatnim okresie znacznie poprawiła się różnorodność typów ekspozycji (i tym samym ich ten aspekt ich komplementarności). Pojawiły się wystawy narracyjne i mieszane, łączące element edukacyjny z narracyjnym. Szereg wystaw uzyskał moduły interaktywne i multimedialne, co nie tylko zwiększa ich atrakcyjność, ale umożliwia realizację indywidualnych preferencji zwiedzających w korzystaniu z ich treści. Przykładami miejsc, gdzie zmiana struktury wystaw lub pojawienie się nowych znacznie przyczyniły się do wzrostu poziomu komplementarności treści w skali całego systemu są ekspozycje na Lednicy, w rezerwacie kaliskim oraz niedawno udostępniona rekonstrukcja wioski z okresu piastowskiego w Biskupinie. Włączenie do listy obiektów szlaku Rezerwatu Archeologicznego w Poznaniu oraz planowane oddanie do użytku multimedialnej ekspozycji w poznańskim ICHOT i ekspozycji biograficznej na Zamku Królewskim w Poznaniu przyczynią się do znaczącej poprawy poziomu komplementarności zarówno tematyki, jak i typów wystaw w ramach szlaku. Wymienione wystawy wprowadzą do oferty szlaku: realizowany z zastosowaniem najnowocześniejszych technologii prezentacyjnych przekrojowej prezentacji historii miejsca począwszy od jej piastowskiej genezy (ICHOT), temat godła państwowego jako jednoczącego symbolu ziemi i władcy (na poznańskim Zamku Królewskim)⁸⁰.

⁸⁰ Ten ostatni wątek można potraktować jako rodzaj aplikacji tak dziś popularnego „zbiorczego logo” do kulturowego dziedzictwa”. W opinii autora wykorzystanie godła Przemysła II, konsekwentnie przy-

Poziom merytoryczny opisów wymienionych wystaw należy uznać za zadowalający, jednak niektóre z nich potrzebują uzupełnienia o wersje obcojęzyczne - w kontekście potencjalnie zainteresowanych grupy turystów umieszczanie tylko wersji angielskiej należy uznać za niewystarczające: obok niej pożądane byłoby wprowadzenie przynajmniej wersji niemieckiej i rosyjskiej.

2.1.7.1.2. Wystawy częściowo zgodne z profilem w obiektach i przestrzeni szlaku

Poniżej zamieszczona **Tabela 6.** zestawia ekspozycje o charakterze stałym w obiektach szlaku i w jego pozostałej przestrzeni, odpowiadające przynajmniej w części deklarowanej tematyce systemu.

Tabela 6. Stałe wystawy w przestrzeni SP częściowo zgodne z profilem szlaku

Miejscowość / obiekt	Tytuł wystawy	Elementy wystawy zbieżne z profilem szlaku	Typ wystawy	Opisy w językach	KAO / NMT
Poznań Muzeum Archeologiczne	Pradzieje Wielkopolski	rozwój osadnictwa do czasów piastowskich	EAM, AG	pl, en	KAO-4 NMT-4
Poznań Muz. Historii Poznania	wystawa stała „Dzieje miasta”	Początki i rozwój miasta od XIII wieku do r. 1954	EAT	pl	KAG-2
Gniezno Muzeum PPP	Gniezno w dawnych wiekach	Rozwój osady, grodu i miasta od pradziejów (do XVIII w.)	EAT	pl,	KAO-15 NMT-15
	Piastów malowane dzieje	kolekcja obrazów o tematyce piastowskiej	EAT	pl	KAO-15
Gniezno Muzeum Archidiecezji	stała wystawa muzealna	najstarsze ekspozyty (paramenty, kielichy)	EAT	pl	KAO-13
Strzelno zespół sakralny	Romański ośrodek kultury	kamienne relikty i najstarsze dokumenty	EAT	pl	KAO-27 KAG-27
Kalisz Muzeum Okręgowe	Z pradziejów Kalisza i okolic	część wystawy dotyczy średniowiecza (do XIII)	EAT	pl	KAO-17
	Z dziejów Kalisza	pierwsza część wystawy – od lokacji miasta	EAT	pl	KAO-17
Biskupin - Muzeum	stała ekspozycja muzealna	część eksponatów z okresu piastowskiego	EAT	pl, en	KAO-21

jętego jako logo całego szlaku byłoby nie tylko formą popularyzacji autentycznego dziedzictwa narodowego, ale z drugiej strony z pewnością wspomogłoby zabiegi ukierunkowane na promocję systemu.

Miejscowość / obiekt	Tytuł wystawy	Elementy wystawy zbieżne z profilem szlaku	Typ wystawy	Opisy w językach	KAO / NMT
Łąd n. Wartą, klasztor	wystawa historyczna	niektóre eksponaty dotyczą okresu piast.	TKT	pl (część)	KAO-25
Inowrocław - Muzeum im. J. Kasprzowicza	„Miasto na soli”	nie wyodrębniona część dot. okresu piastowskiego	EAT	pl	KAG-16
Żnin Muz. Ziemi Pałuckiej	wystawa historyczna	nie wyodrębniona część dot. okresu piastowskiego	EAT	pl	KAO-19 NMT-19

Legenda: **EAM** – ekspozycja z oryginalnymi eksponatami oraz licznymi elementami multimedialnymi, **TKM** – tematyczna kreacja multimedialna, bez eksponatów autentycznych, **EAI** – ekspozycja oryginalnymi eksponatami i licznymi elementami interaktywnymi, **EAT** – ekspozycja tradycyjna z oryginalnymi eksponatami, **TKI** – tematyczna kreacja interaktywna bez autentycznych eksponatów, (pl, en) – języki opisów wystaw, **TKT** – tematyczna kreacja tradycyjna bez oryginalnych eksponatów, **PEA** – plenerowa ekspozycja z autentycznymi relikami, **PER** – plenerowa ekspozycja z rekonstrukcją, **PF** – pokaz filmu powyżej 5 minut., **AG** – audioguide lub inny system zwiedzania, **SP** – Szlak Piastowski.

Źródło: opracowanie własne na podstawie dokumentacji KAO (1-39), KAG (1-22)

Wymienione wystawy w części dopełniają ekspozycje realizujące tematykę szlaku wprost. Potencjalnie mogłyby one zostać włączone w całościowy edukacyjny program Szlaku Piastowskiego, kiedy ten tylko powstanie. Jednak – zarówno dla uzyskania pełnego i jednoznacznego obrazu tego programu w skali szlaku, jak i dla łatwiejszej orientacji zwiedzających, a także w celu umożliwienia im obejrzenia tylko wystaw interesujących ich jako korzystających z oferty tego systemu - konieczne jest wydzielenie części ekspozycji odpowiadających profilowi szlaku jako odrębnych ekspozycji. W wielu miejscach będzie to wymagało również zwiększenia tych zasobów lub/i ich uzupełnienia wystaw o treści i techniki narracyjne oraz elementy interaktywne, zapewniające im atrakcyjność i edukacyjną efektywność bez konieczności pozyskiwania kolejnych autentycznych eksponatów.

2.1.7.1.3. Pozostałe wystawy stałe w przestrzeni szlaku

Tabela 7. ilustruje strukturę lokalizacji pozostałych wystaw muzealnych i edukacyjnych o charakterze stałym w przestrzeni szlaku. W zależności od potrzeb i koncepcji, mogą one zostać wykorzystane w konstrukcji lokalnych produktów turystycznych w gminach w przestrzeni szlaku.

Tabela 7. Pozostałe wystawy stałe w obiektach SP i w miejscowościach w przestrzeni SP

Miejscowość / gmina	Obiekt (nazwa)	Ilość w.	Typy wystaw	Referencje: KAO/KAG/ inne
Włocławek	Muzeum Ziemi Kujawskiej i D.	2	EAT	KAG-12; [MuzWłoc www 2012]
Włocławek	Muzeum Historii Włocławka (SP)	2	EAT	KAG-12; [MuzWłoc www 2012]
	Muzeum Etnograficzne	1	EAT	KAG-12; [MuzWłoc www 2012]
Żnin	Muzeum Ziemi Pałuckiej (SP)	3	EAT	KAO-19; [MuzZnin www 2012]
	Muzeum Sztuki Sakralnej			KAG-6
Inowrocław	Muzeum im. Jana Kasprowicza	6	EAT	[M.Ino www 2012]
Trzemeszno	Wystawa przy bazylice	1	EAT	KAO-11
Kruszwica	Mysia Wieża (SP)	1	EAT	KAO-38
Chabsko / Mogilno	Muzeum Ziemi Mogileńskiej	3	EAT	KAG-17 [Mogilno www 2012]
Biskupin	Rezerwat Archeologiczny	1	PEA	KAO-20
Gniezno	Muzeum Początków PP (SP)	2	EAT	KAO-15; [MuzPPP www 2012]
Gniezno	Muzeum Archidiecezji G. (SP)			KAO-13; [MuzArG. www 2012]
Dziekanowice / Łubowo	Ostrów Lednicki	1	EAT	[M.Lednica www 2012]
	Wlkp. Park Etnograficzny	1		
Wągrowiec	Muzeum Regionalne	4	EAT	KAO-31, [M.Wag. www 2012]
Kalisz	Muzeum Okręgowe z oddziałami	4	EAT	[M.O.Kal. www 2012]
Lubiń	Opactwo (SP)	1	EAT	KAO-1
Września	Muzeum Dzieci Wrzesińskich	1	EAT	[MuzWrzes www 2012]
Poznań	Muzeum Archeologiczne	3	EAM/ EAT	KAO-4, [Muzarp. www 2012]
	Muzeum Archidiecezjalne	4	EAT	KAG-2
	Muzeum Narodowe w Poznaniu (z oddziałami poznańskimi)	17	EAM/ EAT	[MuzNarPoz. www 2012]
	Wielkopolskie Muzeum Walk Niepodległościowych	5	EAM/ EAT	[M.Niep.Poz www 2012]
	Biblioteka Raczyńskich	4	EAT	[BRacz.Poz www 2012]
	Muz. Uniwersytetu Medycznego	1	EAT	[MuzUnMed.Poz www 2012]
	Muzeum Wiedzy o Środowisku	1	EAT	[Muz.W.Śr.Poz www 2012]
	Muzeum Motoryzacji	1	EAT	[Moto.Poz www 2012]
	Muzeum Farmacji w Poznaniu	1	EAT	[MuzFarmPoz. www 2012]

Miejscowość / gmina	Obiekt (nazwa)	Ilość w.	Typy wystaw	Referencje: KAO/KAG/ inne
Konin	Muzeum Okręgowe z oddziałami	14	EAT	[Muz.O.Kon www 2012]
Ciążeń/Lądek	Specjalne zbiory masoników	1	IND	KAG-7; [Ciążeń www 2012]

Legenda: **EAM** – ekspozycja z oryginalnymi eksponatami oraz licznymi elementami multimedialnymi, **TKM** – tematyczna kreacja multimedialna, bez eksponatów autentycznych, **EAI** – ekspozycja z oryginalnymi eksponatami i licznymi elementami interaktywnymi, **EAT** – ekspozycja tradycyjna z oryginalnymi eksponatami, **TKI** – tematyczna kreacja interaktywna bez autentycznych eksponatów, **TKT** – tematyczna kreacja tradycyjna bez oryginalnych eksponatów, **PEA** – plenerowa ekspozycja z autentycznymi relikami, **PER** – plenerowa ekspozycja z rekonstrukcją, **PF** – pokaz filmu powyżej 5 minut., **AG** – audioguide lub inny system zwiedzania, **SP** – Szlak Piastowski.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z oficjalnych portali internetowych obiektów zweryfikowanych z pomocą dokumentacji KAG (1-22).

2.1.7.1.4. Typy wystaw w obiektach szlaku

Wystawy multimedialne lub interaktywne. Ekspozycje z tej grupy posiadają wymienione poniżej obiekty: Grzybowo, Poznań (Muzeum Archeologiczne), Lednica (wystawa muzealna), Giecz (Rezerwat), Gniezno (Muzeum PPP), Kalisz (Rezerwat Archeologiczny), Poznań (ICHOT)⁸¹.

Wystawy o charakterze narracyjnym. W pełni taki charakter posiada wystawa „Początki państwa polskiego”, składająca się z trzech filmowych prezentacji i wykorzystująca kolekcję (tylko częściowo oryginalnych) eksponatów w funkcji materiału uzupełniającego. Moduły narracyjne stanowią kluczowe elementy wystaw na Lednicy („Pod niebem średniowiecza”) oraz Muzeum Archeologicznego w Poznaniu (Tu powstała {Polska}). Mieszany charakter z istotnym udziałem elementu narracji posiada także ekspozycja „Genius loci” w obiekcie proponowanym do włączenia do szlaku - Rezerwacie Archeologicznym w Poznaniu.

Wyodrębnione wirtualne trasy zwiedzania. Miejsca ich lokalizacji to Poznań (Trakt Królewsko-Cesarski - 4), Poznań (Muzeum Archeologiczne - 3 trasy), Poznań (ICHOT – 4 „strefy”), Biskupin (oba obiekty), Lednica (ekspozycja plenerowa na wyspie), Kalisz (Rezerwat). W ramach tych wystaw **trasy z audioprzewodnikami** funkcjonują w: Poznaniu: Muzeum Archeologiczne - 3 trasy oraz ICHOT (w realizacji) - 4 strefy i w Biskupinie (oba obiekty).

Wystawy o tradycyjnej strukturze w obiektach Szlaku. Ten typ reprezentują ekspozycje zlokalizowane w wymienionych poniżej obiektach: Żnin, Pobiedziska, Strzelno, Wągrowiec (Muzeum), Lubiąż, Biskupin (oba obiekty), Lednica (Wyspa -

⁸¹ Otwarcie tego obiektu nastąpi w pierwszych miesiącach 2013 roku, ocena wystawy została dokonana na podstawie udostępnionego szczegółowego projektu jej urządzenia (por. KAO-07).

plenerowa), Włocławek (Muzeum), Poznań (Zamek Królewski), Poznań (Katedra), Łąd nad Wartą, Trzemeszno, Gniezno (Muzeum Archidiecezjalne), Kalisz (Muzeum).

Wystawy interaktywne lub multimedialne:

Grzybowo, Poznań (Muzeum Archeologiczne), Lednica (wystawa muzealna), Giecz (Rezerwat), Poznań (ICHOT), Gniezno (Muzeum PPP), Kalisz (Rezerwat).

Pozostałe wystawy. Żnin, Pobiedziska, Strzelno, Wągrowiec (Muzeum), Lubią, Biskupin (oba obiekty), Lednica (Wyspa - plenerowa), Włocławek (Muzeum), Poznań (Zamek Królewski), Poznań (Katedra), Łąd nad Wartą, Trzemeszno, Gniezno (Muzeum Archidiecezjalne), Kalisz (Muzeum).

Tabela 8. Obecność i typy urządzenia ekspozycji stałych w obiektach Szlaku Piastowskiego

Typ wystawy	Liczba obiektów	Obiekty
Minimum jedna multimedialna lub interaktywna	7	Poznań - Muz. Archeol., Poznań - ICHOT, Lednica - Muzeum, Gniezno - Muzeum PPP, Kalisz - Rez. Archeol., Giecz - Rez. Archeol., Grzybowo
Tylko tradycyjne	15	Lubią, Poznań - Archikatedra, Poznań - Zamek Król., Lednica-Wyspa, Trzemeszno, Gniezno - Muz. Archidiec., Kalisz - Muz. Okręgowe, Żnin, Biskupin - Rez. Archeol., Biskupin - Muz. Archeol., Łąd, Pobiedziska - Skansen Miniatur, Strzelno - kł. św. Trójcy, Strzelno - kł. św. Prokopa, Wągrowiec - Muz. Regionalne, Włocławek - Muzeum HW,
Brak wystaw stałych	17	Poznań - kł. Św. Jana Jer., Poznań - Makiety, Poznań, Trakt Król-Cesarski, Gniezno - Archikatedra, Gniezno - kł franciszkanów, Kalisz - Katedra, Giecz - kościół, Konin, Mogilno, Łekno, Wągrowiec - d. klasztor, Włocławek - Katedra, Brześć Kuj., Płowce, Kruszwica - Mysia Wieża, Kruszwica - kolegiata, Inowrocław.

W sumie liczba obiektów szlaku z ekspozycjami liczy 22 (spośród 39), w tym 7 posiada wystawy multimedialne albo interaktywne lub przynajmniej z licznymi elementami multimedialnymi lub interaktywnymi, natomiast trzy wystawy w obiektach i jedna w miejscu proponowanym do włączenia posiadają charakter narracyjny. Rozmieszczenie wystaw stałych w obiektach szlaku i ich typy obrazuje **Rycina 22**.

2.1.7.2. Oferta zajęć edukacyjnych w obiektach szlaku.

Ten istotny element z punktu widzenia jednej z docelowych grup turystów był badany w ramach całościowej oferty poszczególnych obiektów. W ramach audytu odrębnie uwzględniono funkcjonowanie nowoczesnych modułów interaktywnych (warsztaty kreatywne, gry terenowe i podobne), spełniających postulaty nowoczesnej inter-

pretacji dziedzictwa, rozumianej jako działanie edukacyjne [Jacobi, Meunier 2010, s. 247-254] i posiadających większą atrakcyjność dla uczestników.

Moduły interaktywne (warsztaty tematyczne, gry edukacyjne i inne):

Obecność takich modułów stwierdzono w następujących obiektach: Grzybowo, Strzelno, Wągrowiec (Muzeum), Poznań (Muzeum Archeologiczne), Biskupin (oba obiekty), Lednica (oba obiekty), Poznań (Trakt Król.-Ces.), Poznań (ICHOT i Zamek Królewski - obie w trakcie realizacji), Gniezno (Muzeum Archidiecezjalne), Gniezno (Muzeum PPP), Kalisz (Muzeum), Kalisz (Rezerwat). Ilość tematów lub modułów edukacyjnych, pozostających w ofercie stałej poszczególnych obiektów podają odpowiednie kwestionariusze audytu obiektów [KAO-01 - KAO-40].

Pozostałe moduły (lekcje, prezentacje i inne):

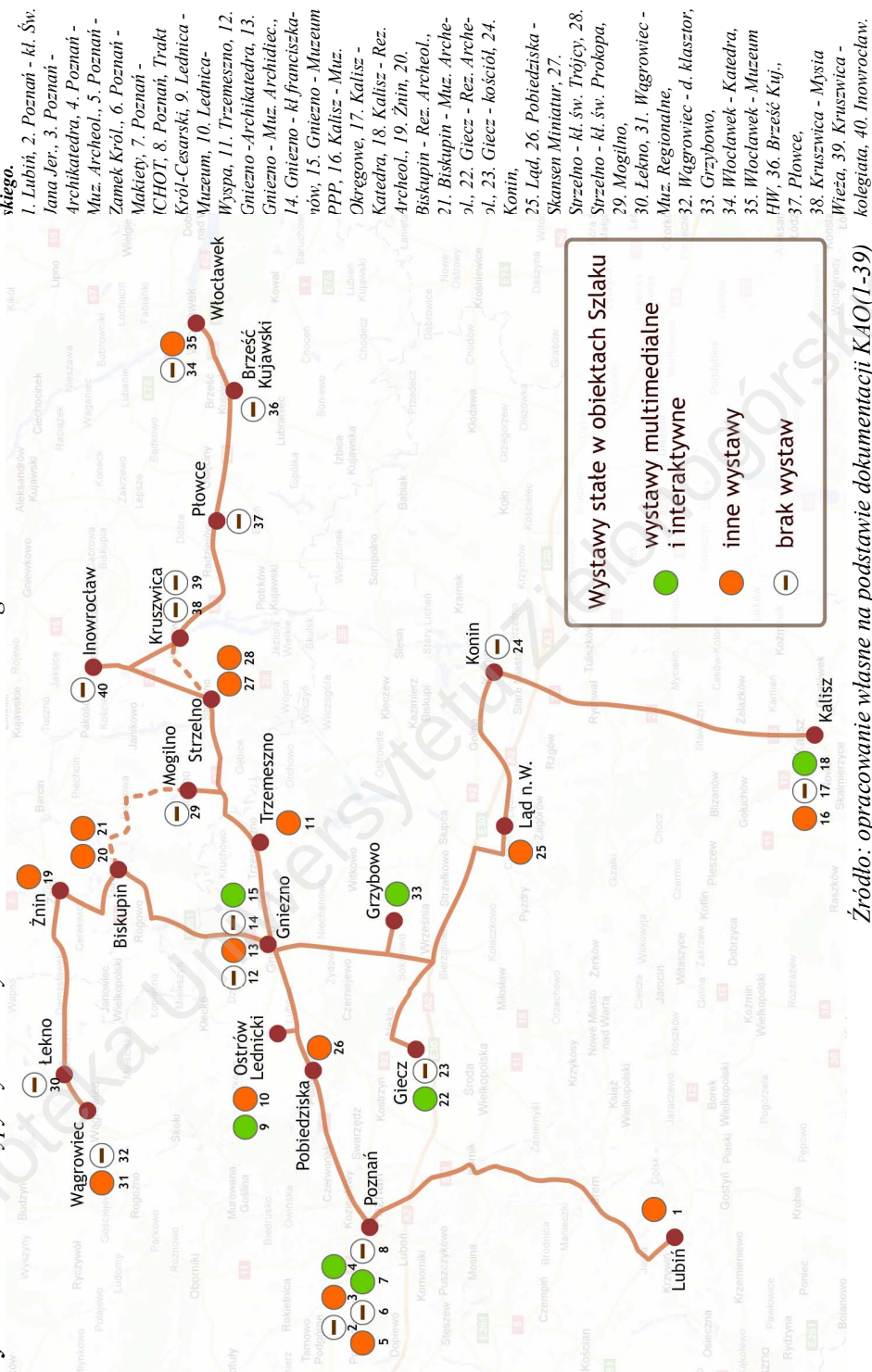
Badanie wykazało ich obecność w ofercie następujących obiektów: Żnin, Mogilno, Poznań (Makieta Grodu), Lubiąż, Giecz (Rezerwat), Włocławek (Muzeum), Kruszwica (Mysia Wieża), Włocławek (Katedra), Inowrocław.

W pozostałych obiektach nie stwierdzono tego rodzaju aktywności. Inne typy aktywności proturystycznej uwzględniają kwestionariusze badania audytowego obiektów [KAO-01 –KAO-40].

2.1.7.3. Mikroeventy w obiektach szlaku.

Mikroevent jest tu rozumiany jako krótka (trwająca od około dziesięciu minut do półtorej godziny) impreza dla turystów, organizowana na zamówienie grupowe albo pozostająca w zwykłej ofercie zwiedzania miejsca lub obiektu, mającą związek z jego historią albo charakterem. Przykładem mikroeventu może być odegranie sceny historycznej, pokaz procesu wytwarzania danego przedmiotu albo funkcjonowania urzędu, projekcja filmu, występ artystyczny itd. Jako *mikroevent stały* określany jest taki, który funkcjonuje podczas każdego zwiedzania obiektu (ekspozycji) i tym samym jest oferowany wszystkim zwiedzającym (np. trwa stale lub wielokrotnie dziennie - najrzadziej co godzinę - odbywa się w którymś z pomieszczeń). *Mikroevent regularny* odbywa się (przynajmniej w sezonie turystycznym) raz lub parę razy dziennie, ale przynajmniej jeden raz w tygodniu, w określony dzień i godzinę. *Mikroevent na zamówienie* jest stale obecny w ofercie obiektu i organizowany (także za dodatkową odpłatnością) po zamówieniu np. grup turystycznych w ramach ich pobytu w obiekcie. *Mikroevent cykliczny* jest organizowany w określone dni roku jako impreza jednorazowa lub element tematycznej serii imprez – jest to zatem typowa cykliczna impreza o krótszym czasie trwania (np. jeden z cyklu koncertów organowych). Typy i szczegóły oferowanych w obiektach szlaku mikroeventów określają bliżej kwestionariusze KAO.

Ryc. 22. Obecność i typy wystaw stałych w obiektach Szlaku Piastowskiego

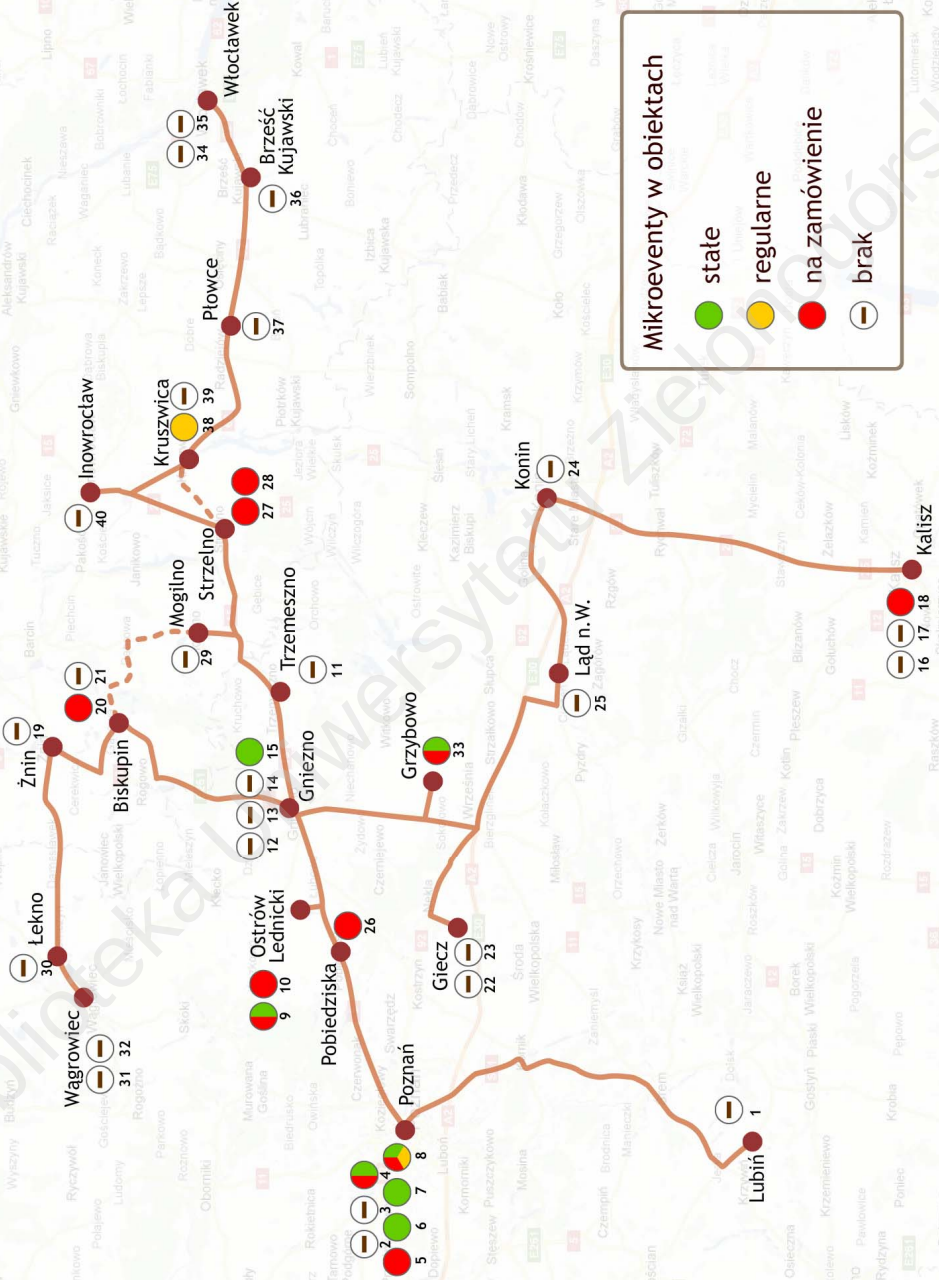


Źródło: opracowanie własne na podstawie dokumentacji KAO(1-39)

Ryc. 23. Mikroeventy w obiektach Szlaku Piastowskiego

Obiekty Szlaku Piastowskiego.

1. Lubią, 2. Poznań - kl. Św. Jana Jer., 3. Poznań - Archikatedra, 4. Poznań - Muz. Archeol., 5. Poznań - Zamek Król., 6. Poznań - Maktery, 7. Poznań - ICHOT, 8. Poznań, Trakt Król-Cesarzski, 9. Lednica - Muzeum, 10. Lednica - Wyspa, 11. Trzemeszno, 12. Gniezno - Archikatedra, 13. Gniezno - Muz. Archeol., 14. Gniezno - kl. franciszkanów, 15. Gniezno - Muzeum PPP, 16. Kalisz - Muz. Okręgowe, 17. Kalisz - Katedra, 18. Kalisz - Rez. Archeol., 19. Żnin, 20. Biskupin - Muz. Archeol., 21. Biskupin - Rez. Archeol., 22. Giecz - Rez. Archeol., 23. Giecz - kościół, 24. Konin, 25. Łąd, 26. Pobiedziska - Skansen Miniatur, 27. Strzelno - kl. św. Trójcy, 28. Strzelno - kl. św. Prokopa, 29. Mogiła, 30. Łekno, 31. Wągrowiec - Muz. Regionalne, 32. Wągrowiec - d. klasztor, 33. Grzybowo, 34. Włocławek - Katedra, 35. Włocławek - Muzeum HW, 36. Brześć Kuj., 37. Płocze, 38. Kruszwica - Mysia Wieża, 39. Kruszwica - kolegiata, 40. Inowrocław.



Źródło: opracowanie własne na podstawie dokumentacji KAO (1-39)

Mikroeventy stale:

Grzybowo (film), Poznań (Makieta Grodu - 2 seanse multimedialne), Poznań (Muzeum Archeologiczne – 2 pokazy filmowe), Poznań (Trakt Królewsko-Cesarski - 1 gra terenowa), Poznań (ICHOT – 5 - projekcje, gry i zabawy tematyczne), Lednica (Wystawa Muzealna) – pokaz filmowy, Gniezno (Muzeum PPP- 3 filmy).

Mikroeventy regularne:

Poznań (Trakt Królewsko-Cesarski – 1 – cotygodniowa oferta spacerów tematycznych), Kruszwica (1 – rejsy statkiem w ramach oferty własnej administratora obiektu),

Mikroeventy na zamówienie:

Grzybowo (2), Pobiedziska (2), Strzelno (2), Poznań (Muzeum Archeologiczne - 2), Lednica (oba obiekty -1), Poznań (Trakt Królewsko-Cesarski - 2), Poznań (Zamek Królewski -1). Kalisz (Rezerwat – 4), Biskupin (rezerwat - rejs statkiem - faktycznie pod warunkiem uzbierania grupy).

Wybrane mikroeventy cykliczne stwierdzone w obiektach szlaku (z uwagi na niewielkie znaczenie dla turystyki ta grupa nie wchodziła w zakres audytu):

Włocławek (Katedra) koncerty organowe, Łąd n. W. - Tryptyk Łądzki (muzyczny), **Poznań** (Archikatedra): cykl eventów wieczornych Verba Sacra; **Lubiń**: Muzyczne Cztery Pory Roku, **Strzelno** (widowiska historyczne, pokazy rękodzieła), **Mogilno** (koncerty), **Poznań** (Muzeum Archeologiczne - comiesięczne imprezy tematyczne), **Biskupin** (1 - Gry i Zabawy).

Lokalizacje mikroeventów trzech typów uwzględnionych w badaniu audytowym ukazuje **Rycina 23**.

Eventy własne w obiektach szlaku. Jako eventy określono cykliczne (czyli organizowane przynajmniej raz w roku) imprezy wielodniowe lub jednodniowe.

Eventy tematyczne: Grzybowo: Międzynarodowy Zjazd Wojowników Słowiańskich, **Kalisz:** Kalisz Piastowski, Biesiada Piastowska, Międzynarodowy Festiwal Słowian i Waregów, **Lednica** (Wyspa): Noc Kupały, **Łąd nad Wartą** (we współpracy z innym obiektem szlaku - Muzeum Archeologicznym w Poznaniu) - Festiwal Kultury Słowiańskiej i Cysterskiej.

Pozostałe eventy w obiektach szlaku (zestawienie nie obejmuje eventów o charakterze czysto religijnym): **Grzybowo** - Topienie Marzanny; **Strzelno** (oba obiekty) - Dni Norbertańskie, Plener Malarsko-Rzeźbiarski; **Mogilno** - Dni Benedyktyńskie; **Poznań** (Muzeum Archeologiczne) - weekendy tematyczne (6 w roku); **Poznań** (Trakt Król-Ces.) - Weekend z Historią; **Lednica** (oba obiekty) - w sumie 9 eventów cyklicznych, w tym Majówka na Ostrowie Lednickim, Żywy Skansen; **Giecz** (Rezerwat) - Topienie Marzanny; **Kalisz** (Zawodzie): Jarmark Archeologiczny Rezerwacie, **Biskupin:** Festyn Archeologiczny (wielodniowy), Mini Festyn Arche-

ologiczny, Turniej Łuczniczy, Zmagania Dawnych Siłaczy), **Włocławek** (Muzeum) - Jarmark Staroci i Rękodzieła Ludowego.

Jak widać, oferta przynajmniej całodniowych eventów tematycznych organizowanych w obiektach szlaku (a tym samym skala eventyzacji szlaku) przedstawia się dość ubogo, szczególnie jeśli porównać niniejszą listę imprez w nich organizowanych z liczbą 22 obiektów nie będących świątyniami i zespołami sakralnymi. Bierność tych ostatnich w omawianej materii jest zrozumiała: organizowanie imprez turystycznych nie należy do ich podstawowej misji. Jednak podobnie mało aktywny w organizacji imprez profilowanych jest także szereg placówek muzealnych, zaliczanych do obiektów Szlaku Piastowskiego (jak te w Poznaniu, Gnieźnie, Żninie, Gieczu). Co naturalne, w tej kategorii oferty korzystnie wybijają się ośrodki posiadające historyczne ekspozycje plenerowe, jak ten w Kaliszu, Biskupinie, na Lednicy oraz w Grzybowie. Wydaje się, że fakt przynależności do Szlaku tematycznego oraz posiadanie merytorycznie przygotowanego personelu powinny motywować administratorów pozostałych muzeów oraz niektórych innych typów obiektów poza świątyniami do większej aktywności w dziedzinie organizacji imprez, co przyczyni się do popularyzacji ich samych oraz wzbogacenia oferty szlaku.

Inne oferty obiektów, wykraczające poza standardowe usługi ujęte w badaniu zostały udokumentowane w odnośnych kwestionariuszach KAO.

2.1.7.4. Usługa przewodnictwa w obiektach

Oprorowadzenie „a vista” (bez wcześniejszego zamówienia) na życzenie indywidualnego turysty możliwe [KAO] i potwierdzone badaniem [NMT] funkcjonuje w następujących obiektach szlaku: Lubiń, Grzybowo, Żnin, Strzelno (oba obiekty), Mogilno, Poznań - Muzeum Archeologiczne, Poznań - Zamek Królewski, Wągrowiec (oba obiekty), Biskupin (oba obiekty), Włocławek – Muzeum, Łąd n. Wartą, Gniezno – Katedra, Gniezno - Muzeum Archidiecezjalne, Gniezno – Muzeum PPP, Kalisz – Rezerwat Archeologiczny, Kalisz – Muzeum Okręgowe.

Na wcześniejsze zamówienie oprowadzanie jest możliwe w następujących obiektach: Konin, Łekno, Muzeum PP na Lednicy (oba obiekty), Giecz (oba obiekty), na Trakcie Królewsko-Cesarskim w Poznaniu, w Brześciu Kujawskim, w Katedrze w Poznaniu, w ICHOT w Poznaniu (założenia), Płowce, w Katedrze we Włocławku, w Kruszwicy (oba obiekty), w Inowrocławiu,

Dostępność usług przewodnickich w poszczególnych językach obcych w wymienionych obiektach została określona i jest udokumentowana w odnośnych kwestionariuszach obiektowych KAO.

Obiekty, w których **nie ma oferty oprowadzania**, także na zamówienie: Kościół Św. Jana Jerozolimskiego w Poznaniu, Makieta Grodu w Poznaniu (nie wymaga), Trzemeszno, kościół Franciszkanów w Gnieźnie, Katedra w Kaliszu.

2.1.7.5. Gastronomia w obiektach i ich bezpośrednim otoczeniu.

Lokale w obiektach z ofertą pełnych posiłków (obiadową) znajdują się w Muzeum Archeologicznym w Poznaniu, na Wyspie Lednickiej oraz w Pobiedziskach.

Lokal z ograniczoną ofertą (mały posiłek, kawa) funkcjonuje w Strzelnie (obsługuje oba obiekty), w budowie są dwa w Poznaniu (na Zamku Królewskim i w ICHOT).

W pozostałych obiektach nie istnieją punkty gastronomiczne. Natomiast w odległości nie większej niż 300 m od obiektów znajdują się one w Koninie, Żninie, Poznaniu (kościół św. Jana Jer., Archikatedra, Zamek Królewski, Trakt Królewsko – Cesarski, Makieta Grodu), w Biskupinie (oba obiekty), na Lednicy (wystawa muzealna), w Brześciu Kujawskim, Płowcach, Kruszwicy (Mysia Wieża), Trzemesznie, Gnieźnie (Muzeum PPP, Muzeum Archidiecezjalne, Archikatedra, kościół Franciszkanów) oraz w Kaliszu (Katedra i Muzeum Okręgowe).

Żadnego lokalu gastronomicznego nie ma w odległości mniejszej niż 300 m od: Grodu w Grzybowie, w Mogilnie, w Wągrowcu (oba obiekty), Łeknie, Lubiniu, Gieczu (oba obiekty), Włocławku (Muzeum i Katedra), Kruszwicy (kolegiata), Inowrocławiu, Łądzie nad Wartą oraz w pobliżu Rezerwatu Archeologicznego w Kaliszu.

2.1.7.6. Sklepy i kioski obiektowe, materiały dla turystów

Sklepy obiektowe funkcjonują w Lubiniu i w Archikatedrze w Gnieźnie, a kolejny realizowany jest w poznańskim ICHOT i będzie otwarty od początku jego funkcjonowania.

Kioski obiektowe niezależne od kasy obiektu działają w Makiecie Grodu w Poznaniu, w Mysiej Wieży w Kruszwicy oraz w Rezerwacie Archeologicznym w Kaliszu.

Kasa ze sprzedażą lub kioski obce na terenie obiektu znajdują się w: Pobiedziskach, Archikatedrze Poznańskiej, w Muzeum Okręgowym w Kaliszu, w obu obiektach na Lednicy, na wystawie w Gieczu, w Grodzie Grzybowo, w Muzeum Archeologicznym i na Zamku Królewskim z Poznaniu (ostatni w budowie wraz z wystawą), w Muzeum PPP w Gnieźnie, w Muzeum w Biskupinie oraz Żninie, na terenie obiektów w Strzelnie.

Opracowania naukowe i popularno-naukowe na temat obiektów dostępne są dla turystów w Grzybowie, Strzelnie (obydwa obiekty), w kościele Św. Jana Jeroz. W Poznaniu, w Makiecie Grodu w Poznaniu, Muzeum Archeologicznym w Poznaniu, w Lubiniu, w Biskupinie (oba obiekty), na Lednicy (oba obiekty), na trasie Trakt Królewsko - Cesarskiego w Poznaniu, w Muzeum we Włocławku, na Zamku Kró-

lewskim w Poznaniu, w Katedrze Poznańskiej i w Archikatedrze Gnieźnieńskiej, w Muzeum PPP w Gnieźnie, w Inowrocławiu, w Muzeum i Rezerwacie w Kaliszu. Przewidziana jest także sprzedaż literatury naukowej po otwarciu ICHOT w Poznaniu w urządzonym tam sklepie [KAO].

Publikacje i materiały krajoznawcze (w tym przewodniki, informatory, albumy, filmy) na temat obiektów można nabyć w: Strzelnie (obydwa obiekty), Mogilnie, Wągrowcu (Muzeum), przy Makiecie Grodu w Poznaniu, w Muzeum Archeologicznym w Poznaniu, w Lubiniu, Biskupinie, na Lednicy (oba obiekty), w Rezerwacie w Gieczu, na trasie Traktu K-C w Poznaniu, w Muzeum we Włocławku, na Zamku Królewskim w Poznaniu, w Archikatedrze Poznańskiej i Archikatedrze Gnieźnieńskiej, w Muzeum PPP w Gnieźnie, w Kruszwicy (przy Mysiej Wieży), w Inowrocławiu, w Łądzie, w Muzeum i w Rezerwacie w Kaliszu. Przewidziano także sprzedaż literatury krajoznawczej po otwarciu ICHOT w Poznaniu [KAO].

Materiały na temat Szlaku Piastowskiego są dostępne i wyłożone tylko w: Żninie, Strzelnie (oba obiekty), w Makiecie Grodu w Poznaniu, na Trasie Traktu Królewsko - Cesarskiego w Poznaniu (CIT), w Muzeum Początków Państwa Polskiego w Gnieźnie oraz w Archikatedrze Gnieźnieńskiej. Nie są one wyłożone, natomiast na specjalną prośbę turysty można je otrzymać w Pobiedziskach oraz w Kruszwicy przy Mysiej Wieży. W sumie więc można je nabyć w zaledwie dziewięciu obiektach [NMT]. Krytyczny stan dostępności materiałów na temat Szlaku Piastowskiego dobrze ilustruje mizerny zasięg ich dystrybucji nawet w samej jego przestrzeni i nie wymaga dłuższych komentarzy.

2.1.7.7. Personel obsługi turystów

Kompetentna informacja o walorach, zasobach lub ofercie obiektu:

Personel udziela turystyce kompetentnej informacji na temat obiektu we wszystkich obiektach poza kościołem w Gieczu.

Brak personelu uniemożliwiający zbadanie tego elementu obsługi stwierdzono w: kościele Św. Jana Jer. w Poznaniu, w klasztorze pocysterskim w Wągrowcu, na stanowisku w Łeknie, w Inowrocławiu, Trzemesznie, w kościele Franciszkanów w Gnieźnie, w Koninie, w katedrze w Kaliszu.

Orientacja personelu w zakresie infrastruktury na miejscu.

Personel wykazuje niepełną wiedzę na temat infrastruktury na miejscu w: Archikatedrze w Poznaniu, w Muzeum Regionalnym w Wągrowcu, w Biskupinie.

Brak personelu w kościele Św. Jana Jeroz. w Poznaniu, w klasztorze pocysterskim w Wągrowcu, na stanowisku w Łeknie, w Inowrocławiu, Trzemesznie, Płowcach,

w kościele Franciszkanów w Gnieźnie, w Koninie oraz w Katedrze w Kaliszu uniemożliwił określenie jego kompetencji.

W pozostałych obiektach stwierdzono wystarczające kompetencje personelu w tej kwestii.

Orientacja w zakresie struktury i oferty Szlaku Piastowskiego:

Personel obsługi turysty wykazywał się **dobrą orientacją** na temat profilu i głównych obiektów Szlaku Piastowskiego w: Żninie, Strzelnie, Mogilnie, na Trakcie Królewsko - Cesarskim w Poznaniu, na Lednicy (wystawa muzealna), w rezerwacie w Gieczu, Kruszwicy, Łądzie nad Wartą, w Muzeum Archidiecezjalnym i Muzeum PPP w Gnieźnie.

Personel obsługi turysty wykazywał się **niewystarczającą orientacją** na temat szlaku (np. identyfikował tylko najbliższe obiekty) w: Lubiniu, Grzybowie, Muzeum PP na Lednicy (Wyspa), Pobiedziskach, w Muzeum Archeologicznym w Poznaniu oraz na Zamku Królewskim w Poznaniu, Makiecie Grodu Poznańskiego, w Wągrowcu (Muzeum), w Rezerwacie Archeologicznym w Poznaniu, w Biskupinie (oba obiekty), w Rezerwacie w Kaliszu.

Personel obsługi **turysty nie posiada żadnej wiedzy** na temat Szlaku Piastowskiego w Archikatedrze Poznańskiej, w kościele w Gieczu, we Włocławku (oba obiekty), w Brześciu Kujawskim, w Płowcach, w Muzeum Okręgowym w Kaliszu.

Brak personelu stwierdzony w: Kościele Św. Jana Jeroz. W Poznaniu, w klasztorze pocysterskim w Wągrowcu, na stanowisku w Łeknie, Inowrocławiu, Trzemesznie, Płowcach, w kościele Franciszkanów w Gnieźnie, Koninie, w Katedrze w Kaliszu uniemożliwił zbadanie jego kompetencji w tym zakresie.

Komunikacja w językach obcych:

Komunikatywną znajomość dwóch lub więcej języków obcych posiada personel obsługujący turystów w: Lubiniu, Żninie, Mysiej Wieży w Kruszwicy, ICHOT w Poznaniu (warunki naboru), Rezerwacie Archeologicznym w Poznaniu, w Archikatedrze Gnieźnieńskiej, w Muzeum PPP w Gnieźnie.

Komunikatywną znajomość przynajmniej jednego języka obcego posiada personel obsługujący turystów w: Strzelnie (oba obiekty), w Muzeum Archeologicznym w Poznaniu, na Zamku Królewskim w Poznaniu, w Makiecie Grodu w Poznaniu, Muzeum Archidiecezjalnym w Gnieźnie, w Rezerwacie w Kaliszu.

Brak personelu stwierdzono w: Kościele Św. Jana Jeroz. w Poznaniu, w klasztorze pocysterskim w Wągrowcu, na stanowisku w Łeknie, w Inowrocławiu, Trzemesznie, w kościele Franciszkanów w Gnieźnie, Koninie, w Katedrze w Kaliszu.

W pozostałych obiektach szlaku personel obsługujący turystów nie włada żadnym językiem obcym nawet w stopniu komunikatywnym.

Życzliwość wobec turysty. Tę kwestię badano za pomocą prostych próśb kierowanych do personelu, nie wykraczających poza jego możliwości oraz nie powodujących dłuższego zajęcia.

Personel obiektu chętnie spełnia prośbę turysty w Lubiniu, Pobiedziskach, na Lednicy (obydwa obiekty), w Żninie, Strzelnie, Muzeum Archeologicznym w Poznaniu, na Zamku Królewskim w Poznaniu, w Makiecie Grodu w Poznaniu, w Mogilnie, Biskupinie (oba obiekty), w Gieczu (oba obiekty), we Włocławku (oba obiekty), w Kruszwicy (oba obiekty), w Łądzie n. Wartą, w Muzeum PPP w Gnieźnie, Muzeum Archidiecezjalnym w Gnieźnie, w Muzeum i Rezerwacie w Kaliszu.

Personel obiektu spełnia prośbę turysty z ociąganiem w Grzybowie.

Personel obiektu odmówił spełnienia próśb turysty w: Archikatedrze w Poznaniu, w Archikatedrze w Gnieźnie, w Wągrowcu (Muzeum).

Brak personelu w kościele Św. Jana Jeroz. w Poznaniu, w klasztorze pocysterskim w Wągrowcu, na stanowisku w Łeknie, w Inowrocławiu, Trzemesznie, w kościele Franciszkanów w Gnieźnie, w Koninie, w Płowcach oraz w Katedrze w Kaliszu uniemożliwił określenie jego stosunku do turystów. Poznański ICHOT jest dopiero w trakcie realizacji, a zwiedzanie Traktu K-C nie wymaga personelu, natomiast przewodnicy miejscy generalnie spełniają możliwe do wykonania prośby bez ociągania.

Przestrzeganie godzin otwarcia i opłaty za wstęp. Z poszczególnych kategorii obiektowych kwestionariuszy badania NMT zamieszczonych w dokumentacji można zorientować się dodatkowo w kwestii podawania do wiadomości godzin otwarcia obiektów, zasad ujawniania opłaty za wstęp w obiektach oraz ich realizacji, a także szczegółów dotyczących pytań sprawdzających w wyżej opisanych badanych zakresach obsługi turysty.

2.1.8. Aktywna obecność obiektów w zasobach Internetu:

Obecność w Internecie jest podstawową formą informacji dla organizatorów wycieczek i turystów indywidualnych na temat przynależności obiektu do szlaku, jego komunikacyjnej i faktycznej dostępności (i bieżących zmian w tej kwestii) oraz jego aktualnej oferty, w tym tej edukacyjnej i eventowej. Własna i na bieżąco aktualizowana strona internetowa decyduje coraz częściej o wiarygodności obiektu jako celu wycieczek. Z tego powodu duże znaczenie ma stały i bezpośredni dostęp personelu do strony z możliwością bieżącego aktualizowania zawartych tam treści. Jako *samodzielne portale* zdefiniowano własne rozbudowane (wielowątkowe) strony internetowe, spełniające rolę oficjalnych informatorów obiektu i prowadzone przez jego personel ze stałym dostępem do Internetu. *Samodzielne strony* posiadają te same cechy, jednak nie stanowią rozbudowanych struktur. Jako *moduły autonomiczne*

określono strony wyraźnie dedykowane obiektowi w ramach innych portali, jednakże z bieżącym dostępem dla personelu danego obiektu i możliwościami ich aktualizacji. Jako *strony zależne* określono takie strony wydodrębnione i dedykowane obiektowi, na które personel obiektu posiada wpływ tylko pośredni (np. w formie przesyłania materiałów do administratorów portali lub aktualizacji/korekty za pomocą konsultacji z nimi), co ogranicza możliwości ich wykorzystania w bieżącej informacji. Jako *segmenty informacyjne* określono wydodrębnione strony lub moduły informacji w Internecie, dedykowane obiektowi, na które ten nie ma żadnego wpływu lub nie posiada kontaktu z ich administratorami. Adresy portali i stwierdzoną częstotliwość ich aktualizacji zawierają odnośne kwestionariusze KAO.

Samodzielne portale lub strony posiadają obiekty szlaku w: Żninie, Strzelnie (oba obiekty), Mogilnie, Wągrowcu (oba obiekty), Poznaniu (Makieta Grodu i Muzeum Archeologiczne), Lubiniu, Biskupinie (oba obiekty), na Lednicy (oba obiekty), w Gieczu (Rezerwat), Włocławku (Muzeum), Brześciu Kujawskim, Poznaniu (Archikatedra), Włocławku (Katedra), Kruszwicy (oba obiekty), Inowrocławiu, Trzemesznie, Łądzie nad Wartą, w Gnieźnie (Muzeum Archidiecezjalne, Muzeum PPP, kościół Franciszkanów), w Kaliszu Muzeum Okręgowe i Katedra).

Autonomiczne moduły w ramach większych portali (organizacji, instytucji, gmin itd.) posiadają: Trakt Królewsko – Cesarski w Poznaniu (portal prowadzi miasto Poznań) oraz Rezerwat w Kaliszu (portal prowadzi Muzeum Okręgowe).

Zależne strony internetowe lub wydodrębnione **segmenty** informacyjne w obcych portalach stwierdzono dla obiektów w Grzybowie (Muzeum PP na Lednicy), Pobiedziskach (Ośrodek Kultury w Pobiedziskach), Łeknie (Muzeum Archeologiczne w Poznaniu), Poznaniu - Kościół Św. Jana Jerozolimskiego (Archidiecezja Poznańska); Zamek Królewski (Muzeum Narodowe w Poznaniu), ICHOT – (CTK Trakt - do momentu otwarcia), w Gnieźnie - Archikatedra (w ramach portalu Archidiecezji).

Brak wydodrębnionej strony internetowej stwierdzono dla: Konińskiego Słupa Miłowego, kościoła św. Mikołaja w Gieczu oraz Pomnika Bitwy w Płowcach.

Badanie wykazało posiadanie przez 28 obiektów szlaku własnych portali lub stron internetowych oraz korzystanie przez dwa kolejne z modułów autonomicznych. Siedem obiektów szlaku posiada tylko strony zależne (w tym jeden kluczowy: Archikatedra Gnieźnieńska). Natomiast trzy obiekty szlaku w ogóle nie posiadają wydodrębnionej informacji internetowej, co należy określić jako poważny mankament. Funkcjonowanie i typy portali internetowych obiektów Szlaku Piastowskiego ilustruje **Rycina 24**.

2.2. Przestrzeń szlaku

Przestrzeń szlaku stanowi jego naturalne otoczenie. Poza kwestiami oczywistymi w kontekście turystyki i w znacznej mierze decydującymi o możliwościach jej uprawiania w ogóle, takimi jak usługi noclegowe i gastronomiczne oraz infrastruktura komunikacyjna, najbliższe otoczenie obiektów posiada jeszcze inne funkcje warunkujące atrakcyjność całego systemu. Istnienie innych atrakcji potencjalnie atrakcyjnych dla docelowej grupy turystów danego szlaku (w tym wypadku są to walory antropogeniczne, w szczególności materialne relikty historii regionu) oraz miejsc umożliwiających atrakcyjne spędzenie czasu nie poświęconego na zwiedzanie (skorzystanie z aktualnej oferty kulturalnej oraz rekreacja i rozrywka) może mieć decydujące znaczenie w ocenie szlaku jako potencjalnej destynacji wypraw w czasie wolnym. Dlatego te właśnie elementy zostały poddane analizie w ramach audytu. Jej wyniki prezentują kolejne części niniejszego podrozdziału.

2.2.1. Pozostały potencjał turystyczno-kulturowy w otoczeniu obiektów

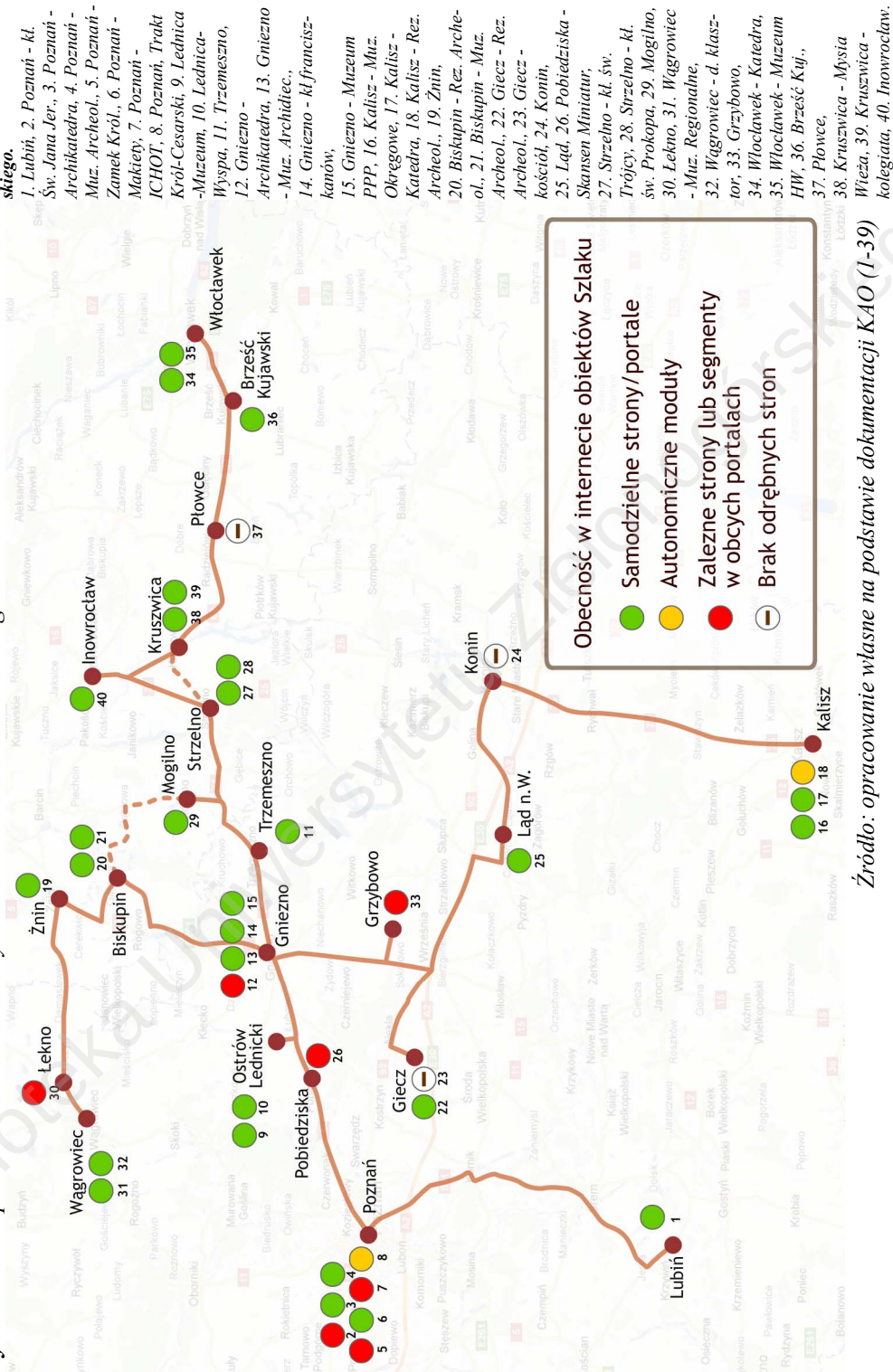
2.2.1.1. Gminy w przestrzeni szlaku

Badanie audytowe na terenie gmin w przestrzeni szlaku, prowadzone przy zastosowaniu kryteriów potwierdzonej autentyczności kulturowej poszczególnych obiektów, zgodności ich typów lub profilów z poszczególnymi formami turystyki dziedzictwa kulturowego, estetyki obiektów oraz ich turystycznej dostępności, potwierdziło istnienie w poszczególnych gminach znacznych lub mniejszych zgrupowań obiektów potencjalnie interesujących dla turystów motywowanych lub zainteresowanych kulturowo, które wyszczególniono w odnośnych kwestionariuszach (KAG 1-22). Poniżej podano orientacyjną wielkość potencjału, mierzoną ilością obiektów tego rodzaju w danej gminie.

Potencjalne cele turystów zainteresowanych dziedzictwem kulturowym: Poznań (ponad 20), Kalisz (ponad 10), Konin (5), Inowrocław (5), Brześć Kujawski (4), Wągrowiec – wiejska (4), Gniezno (3), Włocławek (3), Gąsawa (3), Łądek (3), Krzywiń (3), Łubowo (3), Radziejów (miasto) (3), Trzemeszno (2), Żnin (2), Pobiedziska (2), Strzelno (1), Mogilno (1), Wągrowiec – miasto (1), Kruszwica (1), Dominowo (1). Nazwy poszczególnych obiektów, ich typ i lokalizacja zostały podane w kwestionariuszach KAG dla poszczególnych gmin.

Inne potencjalne cele turystów kulturowych: Poznań (ponad 20), Kalisz (ponad 10), Włocławek (ponad 5), Brześć Kujawski (5), Trzemeszno (4), Pobiedziska (5), Gniezno (3), Inowrocław (3), Wągrowiec – wiejska (3), Łądek (3), Krzywiń (3), Żnin (3), Mogilno (3), Kruszwica (3), Dominowo (3), Konin (2), Strzelno (2), Wągrowiec – miasto (2), Łubowo (2), Radziejów (m. i wiejska) (1), Gąsawa (0). Nazwy, typ i lokalizacja poszczególnych obiektów zostały podane w kwestionariuszach KAG dla poszczególnych gmin.

Ryc. 24. Status portali i stron internetowych obiektów Szlaku Piastowskiego



Źródło: opracowanie własne na podstawie dokumentacji KAO (1-39)

Wśród walorów z obu grup znajdują się atrakcje tak unikalne: najstarszy drewniany kościół w Polsce (w Tarnowie Pałuckim, gmina Wągrowiec) dysponujące unikatowymi egzemplarzami Muzeum Kolei Wąskotorowej w Wenecji (gmina Żnin), kościoły Św. Mikołaja w Gąsawie i Św. Jana w Gnieźnie z wczesnogotyckimi polichromiami, Skansen Filmowy Soplicowo w Cichowie (gmina Krzywiń), najstarsze i największe polskie sanktuarium Św. Józefa w Kaliszu, Krypta Zasłużonych Wielkopolan Wzgórzu Św. Wojciecha w Poznaniu czy zabytkowe tętnie w Inowrocławiu. Każdy z wymienionych obiektów i szereg innych z zestawionych w odrębnych kwestionariuszach z pewnością zasługuje na włączenie do lokalnej trasy turystyczno-kulturowej. Na tej podstawie można stwierdzić, że potencjał antropogenicznych walorów turystycznych w przestrzeni Szlaku Piastowskiego, jakkolwiek nierównomiernie rozlokowany jest wysoki i nadaje się do zagospodarowania w postaci produktów rozwijających ofertę szlaku.

2.2.1.2. Aktualna organizacja turystyki w przestrzeni szlaku:

Lokalne trasy tematyczne o statusie tras realnych funkcjonują w gminach: Krzywiń (2), Łubowo (1), Poznań (1), Włocławek (1), Kruszwica (1), Inowrocław (3), Radziejów (1), Gąsawa (2), Żnin (2).

Ponadto trasy wirtualne, ale z obsługą przewodnicką istnieją w Poznaniu (ponad 30), Gnieźnie (5), Kaliszu (2) i Trzemesznie (11), we Włocławku (1).

Tematyka tras i stopień ich organizacji zostały podane w kwestionariuszach KAG dla poszczególnych gmin.

Inne tematyzowane szlaki o statusie realnym lub wirtualnym przebiegają przez następujące gminy szlaku: Brześć Kujawski (3 wirtualne), Krzywiń (1 realny i 2 wirtualne), Łubowo (1 realny, 1 wirtualny), Poznań (1 realny, 3 wirtualne), Pobiedziska (1 realny), Włocławek (2 wirtualne), Mogilno (1 realny), Wągrowiec - miejska (2 realne), Wągrowiec - wiejska (2 realne), Kruszwica (3 wirtualne), Konin (2 wirtualne), Inowrocław (3 wirtualne), Radziejów (2 wirtualne), Trzemeszno (2 realne, 2 wirtualne), Łądek (2 realne, 1 wirtualny), Gniezno (1 realny, 1 wirtualny), Kalisz (1 realny, 2 wirtualne), Gąsawa (1 wirtualny), Żnin (1 wirtualny), Dominowo (1 wirtualny).

Nazwy szlaków i poziom ich organizacji zostały podane w kwestionariuszach KAG dla poszczególnych gmin. W tym miejscu należy nadmienić, że systemami tego rodzaju, z którymi Szlak Piastowski krzyżuje się najczęściej w poszczególnych gminach, a nawet w licznych obiektach są: Wielkopolska Droga Św. Jakuba, Szlak Cysterski (Pętla Wielkopolsko-Lubuska), Szlak Romański i Szlak Władysława Łokietka.

Inne propozycje zorganizowanej turystyki na miejscu:

Turystyczne gry miejskie odbywają się w Poznaniu i w gminie Krzywiń.

Turystyczna linia tramwajowa funkcjonuje w Poznaniu, a autobusowa w Kaliszu.

Koleje wąskotorowe i inne turystyczne funkcjonują w gminach: Gniezno, Krzywiń, Gąsawa Żnin, Poznań.

Zwiedzanie miasta z audioguide jest oferowane we Włocławku i w Kaliszu, przygotowywane na nadchodzący sezon turystyczny jest także w Poznaniu.

Zwiedzania fabularyzowane oferowane są turystom regularnie w Poznaniu.

Rejsy białej floty odbywają się regularnie w Kaliszu, Kruszwicy, gminach Gąsawa i Żnin. Przewodnicy miejscy na zamówienie turystów są dostępni w: Poznaniu, Inowrocławiu, Kaliszu, Gnieźnie, Włocławku, Koninie, Brześciu Kujawskim, Wągrowcu (miasto), Radziejowie.

Przewodnicy terenowi Szlaku Piastowskiego świadczący usługi lokalne w gminach funkcjonują w: Poznaniu (o ile posiadają także uprawnienia miejskie), Łubowie, Gnieźnie, Mogilnie, Strzelnie, Inowrocławiu, Kruszwicy, Gąsawie, Żninie.

Brak dostępnych usług przewodników poza obiektami szlaku stwierdzono w gminach: Dominowo, Łądek, Krzywiń, Trzemeszno, Wągrowiec (wiejska), Pobiedziska.

Dostępne wersje językowe usług przewodników są wymienione w kwestionariuszach KAG dla poszczególnych gmin.

2.2.1.3. Udział szlaku w potencjale turystyczno-kulturowym mikroregionów.

Badania poszczególnych powiatów Wielkopolski i Kujaw, prowadzone w latach 2008-2012 z zastosowaniem metody analizy potencjału turystyczno-kulturowego mikroregionów [Mikos v. Rohrscheidt 2008a, s. 413-438] dostarczyły obszernych danych na temat obiektów i miejsc, eventów, szlaków, i ofert skierowanych dla turystów kulturowych, a także poziomu organizacji turystyki i infrastruktury turystycznej we wszystkich powiatach, w których są położone obiekty i przez które przebiegają trasy Szlaku Piastowskiego, zarekomendowane przez Radę PNdsSP w roku 2011. Jednym z elementów tych badań była szczegółowa waloryzacja potencjału obszaru, dokonana metodą bonitacji punktowej, której pierwszy zakres odnosił się do wszystkich typów atrakcji kulturowo-turystycznych, uwzględniając ich znaczenie, stan oferty oraz poziom przygotowania do obsługi turystów. Dla potrzeb niniejszej pracy zestawiono wyniki tego zakresu waloryzacji wspomnianych powiatów, jednocześnie obliczając, jaki udział w ogólnej punktacji zakresu I. dla danego mikroregionu mają obiekty Szlaku Piastowskiego, eventy organizowane w ramach szlaku oraz eventy związane bezpośrednio z obiektami i zgodne tematycznie z profilem szlaku (por. **Tabela 9.**). Pozwala to zorientować się z jednej strony, jaki jest poziom atrakcyjności bliższych okolic szlaku (w tym w całości jego przestrzeni) z punktu widze-

nia turystów kulturowych, z drugiej umożliwia ustalenie, w jakim stopniu funkcjonowanie szlaku kształtuje tę atrakcyjność. W przypadku powiatów z obiektami włączonymi do szlaku w ostatnim roku na podstawie rekomendacji Rady PNdsSP punkty za przebieg Szlaku Piastowskiego (7), nie uwzględnione w badaniach przeprowadzanych przed końcem roku 2011, zostały dodane podczas zestawiania punktacji.

Tabela 9. Udział Szlaku Piastowskiego w potencjale turystyczno-kulturowym powiatów

Powiat	Gminy w przestrzeni Szlaku Piastowskiego	Ocena w kategorii I	Udział Szlaku Piastowskiego w ocenie kat I	Udział procentowy S.P. w ocenie kat I.
Włocławek miejski i grodzki	Włocławek (miasto), Brześć Kujawski	244	71	29,10%
Inowrocław	Inowrocław, Kruszwica	196	41	20,92%
Radziejów	Radziejów wiejska	90	18	20,0%
Żnin	Żnin, Gąsawa	256	76	29,69%
Mogilno	Mogilno, Strzelno	155	56	36,13%
Gniezno	Gniezno, Łubowo, Trzemeszno	350	234	66,86%
Września	Września (wiejska)	115	15	13,04%
Poznań miejski i grodzki	Poznań, Pobiedziska	590	126	21,36%
Kościan	Krzywiń	131	29	22,14%
Środa Wlkp.	Dominowo	35	131	26,72%
Konin miejski i grodzki	Konin (miasto)	250	15	6,00%
Kalisz miejski i grodzki	Kalisz (miasto)	36	155	23,23%
Słupca	Łądek	130	36	27,70%
Wągrowiec	Wągrowiec -miasto, Wągrowiec (wiejska)	106	33	31,13%

Źródła: opracowanie własne na podstawie: [Mikos v. Rohrscheidt 2008a, s.413-438 – *meta*] oraz Mikos v. Rohrscheidt 2008c; Wieczorek 2009; Hejna, Mikos v. Rohrscheidt 2009; Bartczak 2009, Masłowska 2009; Soszyńska 2009; Stepniowski 2011; Kempski, Szmańda 2011; Kędziora 2011; Mikos v. Rohrscheidt 2011d; Czajkowski 2012; Piasta 2012; Buryan 2012, Piasta 2012, Jakubowski 2012].

Jak wynika z powyższego zestawienia, udział Szlaku Piastowskiego w ustalonym potencjale turystyczno-kulturowym mikroregionów posiadających jego obiekty waha się od 6% (w przypadku powiatu konińskiego (posiadającego jeden włączony ostatnio obiekt przy braku jakiegokolwiek zagospodarowania) do aż 66,86% tego potencjału w przypadku powiatu gnieźnieńskiego (dwa zespoły obiektów i pojedynczy obiekt, w tym dwa obiekty o randze Pomnika Historii, długa historia przynależności do Szlaku, rozwinięta oferta i zagospodarowanie turystyczne). Zestawienie

ukazuje także poważny udział szlaku jako całości (jego obiektów, eventów i elementów organizacji) w kształtowaniu atrakcyjności turystycznej regionów, przez które przebiega: średnia dla powiatu wynosi w tym zakresie 26,72 %⁸². Przypadek Szlaku Piastowskiego nawet w jego aktualnym niedoskonałym stanie i w trakcie dopiero realizowanej modernizacji oferty potwierdza opinie badaczy turystyki kulturowej o poważnej roli systemów tego rodzaju w kształtowaniu oferty turystycznej i różnicowaniu profilów destynacji turystycznych oraz o ich wpływie na wzrost atrakcyjności obszarów. Należy przy tym przypuszczać, że przedsięwzięcia adaptacyjne i modernizacyjne podejmowane w najbliższym okresie w mikroregionach z niedawno dołączonymi obiektami w krótkim czasie doprowadzą do dalszego wzrostu udziału szlaku w badanym zakresie potencjału.

2.2.2. Infrastruktura noclegowa

Istnienie tej grupy usług w każdej klasie, na którą jest zapotrzebowanie oraz ich satysfakcjonująca oferta są jednym z czynników decydujących o sukcesie poszczególnych obszarów docelowych turystyki kulturowej (tutaj zdefiniowanych jako gminy miejskie, wiejskie lub miejsko-wiejskie), jak również całego szlaku jako systemu turystycznej eksploatacji. Wynika to faktu, że nawet przy znacznym nagromadzeniu atrakcji i zagospodarowaniu czasu wolnego (także wieczorem), turysta lub grupa turystyczna dopiero zatrzymując się na nocleg generuje dla obszaru recepcji zyski, które wpływają znacząco na jego sytuację ekonomiczną (koszt przeciętnego noclegu wynosi wielokrotność cen wstępu i innych opłat oraz wydatków związanych z wizytą, do tego dochodzi posiłek wieczorny i poranny). Badanie audytowe objęło wszystkie częściej spotykane typy usług noclegowych, w podziale na dziesięć klas: pięć kategorii hoteli (od 1* do 5*) a także: hostele, schroniska turystyczne (w tym szkolne), pensjonaty i prywatny wynajem pokoi, agroturystykę oraz (zbiorczo) campingi i pozostałe typy noclegów. Były one liczone każdorazowo do dwóch obiektów w danej klasie, zgodnie z przyjętą metodologią badania potencjału obszarów [Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 413-438]. Wynika to z faktu, że istnienie drugiego obiektu w bezpośredniej okolicy generalnie umożliwia turyście czy grupie skorzystanie z preferowanego rodzaju noclegu nawet w przypadku maksymalnego obłożenia

⁸² Oczywiście, jakkolwiek zauważalny jest udział Szlaku Piastowskiego jako systemu poprzez oznaczenie terenu i obiektów, własne kanały i punkty informacji, niektóre oferty wycieczek i eventy tematyczne, to także bez jego funkcjonowania udział poszczególnych obiektów szlaku w potencjale turystyczno-kulturowym danego mikroregionu byłby poważny. Dokonane zestawienie ukazuje jednak z jednej strony znaczenie tematycznego wyodrębnienia części tego potencjału, skutkujące jego ekspozycją w oczach turysty i dodatkową promocją przez struktury szlaku, związaniem tej części świadectw dziedzictwa regionu w produkt o charakterze synergicznym i (jak dotąd w większej części potencjalnym) tworzeniem usług i ofert, a nawet dodatkowej infrastruktury w oparciu o struktury i partnerów szlaku.

pierwszego wybranego lub jego niedostępności z innych przyczyn (np. dużej imprezy, remontu, niemożności dojazdu), z kolei trzeci i kolejne obiekty danej klasy nie są już istotne dla oceny wystarczalności tej oferty. W kwestionariuszach ZONiG, sporządzonych dla każdej gminy osobno zestawiono obiekty noclegowe w rozbiciu na dziesięć wymienionych klas. Natomiast dla potrzeb oceny oferty w poniższej analizie wyników połączono uwzględnione obiekty w pięć zasadniczych grup, odpowiadających oferowanemu standardowi usług i adekwatnej do niego cenie, tak by uzyskać wiedzę o tym, czy preferowane przez siebie obiekty każda grupa turystów znajdzie z pewnością, z dużym lub mniejszym prawdopodobieństwem, lub też nie znajdzie ich wcale i w konsekwencji zrezygnuje z noclegu na danym terenie. Wyodrębnione klasy obejmują usługi dla turystów (w aktualnej polskiej rzeczywistości) bardzo zamożnych i zamożnych (hotele 4* i 5*), ponadprzeciętnie zamożnych (2*-3* i motele 3*-4*), o przeciętnych dochodach i skromnych oczekiwaniach, lecz preferujących noclegi zgodne ze standardami (hotele 1*, inne motele oraz hostele), mniej zamożnych i poszukujących indywidualnych ofert ekonomicznych (pokoje, tanie pensjonaty, gospodarstwa agroturystyczne), wreszcie poszukujących bardzo tanich ofert indywidualnych i tanich ofert grupowych (schroniska, campingi i pozostałe typy usług). W każdej grupie cyfra 4 oznacza ofertę pełną, to jest występowanie danej klasy usług w pełnym wymiarze (po dwa obiekty w każdej z badanych kategorii tworzących grupę), cyfra 3 oznacza jej obecność wystarczającą (jeden obiekt w jednej i dwa obiekty z drugiej kategorii składowej grupy), cyfra 2 oznacza obecność niepełną, lecz zadowalającą (po jednym obiekcie w każdej kategorii lub dwa w jednej z nich i brak obiektów w pozostałej), cyfra 1 oznacza dla danej klasy ofertę niezadowalającą, lecz istniejącą (tylko jeden obiekt z obu kategorii tworzących grupę), wreszcie cyfra 0 oznacza zupełny brak danej klasy usług. Wyniki analizy ilustruje **Tabela 10**.

Z przedstawionego zestawienia wynika, że pełną ofertę dla turystów wszystkich grup i preferencji posiada tylko Poznań. Ofertę przynajmniej zadowalającą we wszystkich grupach ma także Gniezno, oferty dla wszystkich grup, jakkolwiek często bez alternatywy, istnieją w Kaliszu i Koninie. Brak tylko jednej z grup ofertowych stwierdzono we Włocławku oraz w Wągrowcu (wynik dla miasta), brak dwóch grup: w Pobiedziskach, Mogilnie, Inowrocławiu, Żninie i Wrześni. Brak trzech grup obiektów występuje w gminach: Krzywiń, Gąsawa, Wągrowiec (wiejska), Trzemeszno, Łubowo, Strzelno, Kruszwica, Brześć Kujawski. Aż po cztery grupy obiektów noclegowych są reprezentowane w gminach Radziejów, Dominowo i Łądek.

Tabela 10. Usługi noclegowe w przestrzeni Szlaku Piastowskiego

Gmina	4- 5*	3- 2*	1* host.	GA / pok.	Sch / cam	Uwagi
Krzywiń (MiG)	0	0	0	4	2	dla Lubinia
Poznań (miasto)	4	4	4	4	4	
Pobiedziska (MiG)	0	3	0	4	2	
Łubowo	0	2	0	3	0	dla Lednicy
Gniezno (miasto)	2	3	2	2	2	
Trzemeszno (MiG)	0	2	0	2	0	
Mogilno (MiG)	0	0	3	2	3	
Strzelno (MiG)	0	0	0	3	2	
Inowrocław (miejska)	0	2	0	2	3	
Kruszwica (MiG)	0	0	0	3	4	
Radziejów (w.)	0	0	0	1	0	dla Pławiec.
Brześć Kujawski (MiG)	0	0	0	2	1	
Włocławek (miasto)	1	2	0	2	1	
Wągrowiec (miasto)	1	1	0	2	2	
Wągrowiec (wiejska)	0	0	1	2	1	
Żnin (MiG)	0	2	0	3	2	
Gąsawa	0	0	0	2	2	dla Biskupina
Września (MiG)	0	1	2	3	0	dla Grzybowa
Dominowo	0	0	0	1	0	dla Giecza
Łądek	0	0	0	0	2	dla Łądu n. Wartą
Konin (miasto)	1	3	1	2	2	
Kalisz (miasto)	1	3	1	2	2	

Legenda: **1,2,3,4,5*** -hotele poszczególnych kategorii, **host.** – hostele, **sch.** – schroniska turystyczne, w tym młodzieżowe, **pok.** – prywatne kwatery z pokojami na wynajem, **GA** – gospodarstwa agroturystyczne.

Źródło: opracowanie własne na podstawie dokumentacji ZONiG (1-22)

W skali całego systemu zwraca uwagę z jednej strony częsty stan zupełnego niezaspokojenia potrzeb jednocześnie w obu najwyższych grupach, a z drugiej - funkcjonowanie tylko jednego małego albo średniego lub kilku bardzo małych obiektów spośród ujętych w obu najniższych klasach usług noclegowych. Ta pierwsza sytuacja występuje w gminach Strzelno, Kruszwica, Brześć Kujawski, Gąsawa, Dominowo, Łądek, Radziejów, Mogilno, Krzywiń oraz Wągrowiec (wiejska). Oznacza ona faktyczną rezygnację z zatrzymania turystów zamożniejszych, nadal nielicznych lecz generujących zdecydowanie większe zyski jednostkowe, których liczba w najbliższych latach powinna powoli rosnąć (szczególnie przy wzbogaceniu oferty szlaku i jego aktywnej promocji). W drugiej grupie znajdują się gminy: Dominowo, Łądek,

Radziejów i Trzemeszno. Dla tych gmin istnienie tylko jednego lub dwóch z grupy wspomnianych obiektów, posiadających małą liczbę miejsc noclegowych oznacza praktyczny brak możliwości zatrzymania turystów ekonomicznych, stanowiących nadal większość krajowych turystów. Ci zaś – z uwagi na profil systemu – są i prawdopodobnie długo jeszcze pozostaną dominującą grupą zwiedzających Szlak Piastowski. W gminach Kruszwica, Strzelno, Radziejów, Gąsawa, Brześć Kujawski, Dominowo, Krzywiń i Łądek brak dodatkowo obiektów noclegowych z klasy środkowej, co oznacza rezygnację z kolejnej, tym razem znacznie liczniejszej i już aktualnie szybko rosnącej grupy turystów. Każda z wymienionych sytuacji oznacza wymierne straty dla wymienionych gmin i praktyczną niemożność osiągnięcia wymiernych korzyści z turystyki w ramach oferty szlaku, nawet w wypadku zorganizowania wielodniowych eventów.

2.2.3. Infrastruktura gastronomiczna

Analiza oferty kulinarnej szlaków tematycznych bierze pod uwagę dwa aspekty. Pierwszym jest obecność tematycznej oferty kulinarnej, wprost urozmaicającej ofertę szlaku. Drugim jest stan oferty gastronomicznej w relacji do oczekiwań turystów, zwiedzających obiekty szlaku (czyli możliwość zaspokajania ich potrzeb), wszelako ze szczególnym uwzględnieniem oferty regionalnej i tradycyjnej (staropolskiej), którą turysta kulturowy byłby zainteresowany w pierwszym rzędzie i która z tego powodu także mogłaby stanowić pewien atut danego miejsca. Ze względu na ich strategiczną lokalizację oraz znaczenie dla obsługi turystów, w tym miejscu zostaną wymienione po raz kolejny te spośród restauracji, które działają na terenie obiektów szlaku i jednocześnie spełniają kryteria kuchni tematycznej, staropolskiej lub regionalnej, albo też są jedynymi lokalami w danej miejscowości. Kryterium uznania tematycznego charakteru oferty była obecność co najmniej dwóch różnych samodzielnych potraw o recepturze opierającej się na historycznych przekazach dotyczących epoki wyznaczającej profil szlaku, natomiast kryterium uznania oferty regionalnej lub staropolskiej była obecność w menu czterech autentycznych samodzielnych dań tradycyjnej kuchni wielkopolskiej lub kujawskiej (albo lokalnej) lub odpowiednio czterech dań o potwierdzonej krajowej tradycji sięgającej przynajmniej okresu sprzed pierwszej wojny światowej.

Zestawienie wyników badania w tej kwestii wykazało *zupełny brak oferty tematycznej*. Nie istnieje ani jedna restauracja w przestrzeni szlaku, która oferowałaby przynajmniej dwa dania o potwierdzonej historycznie lub przez opracowania archeologiczne autentycznej recepturze, sięgającej epoki piastowskiej. W związku z tym (z góry odsyłając do grupy zaleceń zachętę i wsparcie logistyczne ze strony koordynatora szlaku dla wprowadzania takich ofert w analizowanej przestrzeni) ten element

zostanie pominięty. Prezentowane wyniki obejmują więc następujące typy lokali: z ofertą kuchni staropolskiej, kuchni regionalnej, cukierni i kawiarni oraz tanich punktów gastronomii.

Obecność poszczególnych typów lokali w dalszym otoczeniu obiektów szlaku (w granicach jego formalnej przestrzeni) określają poszczególne oznaczenia: cyfra 2 oznacza istnienie dwóch lub więcej lokali danego typu (a więc ofertę zadowalającą), cyfra 1 – funkcjonowanie tylko jednego lokalu danej klasy (ofertę akceptowalną), cyfra 0 – ich zupełny brak, a zatem stan krytyczny. Zestawienie nie obejmuje innych typów restauracji, jednak w odrębnym zestawieniu (2.1.7.5.) ujęto funkcjonowanie restauracji lub innych punktów gastronomii w bezpośredniej bliskości obiektów szlaku, a kwestionariusze KAO sporządzone dla wszystkich obiektów podają każdorazowo ich odległość od obiektu i typ. Rozkład badanej oferty w gminach w przestrzeni szlaku ukazują **Tabela 11**.

Tabela 11. Oferta gastronomiczna w przestrzeni Szlaku Piastowskiego

Gmina	k. staropolska	k. regionalna	Cukiernie / kawiarnie	tanie lokale
Krzywiń (MiG)	1	0	2	2
Poznań (miasto)	2	2	2	2
Pobiedziska (MiG)	2	0	2	2
Łubowo	0	1	0	2
Gniezno (miasto)	2	2	2	2
Trzemeszno (MiG)	1	1	2	2
Mogilno (MiG)	2	0	2	2
Strzelno (MiG)	2	0	1	2
Inowrocław (miejska)	0	0	2	2
Kruszwica (MiG)	0	0	1	2
Radziejów (w.)	1	0	1	2
Brześć Kujawski (MiG)	0	0	0	1
Włocławek (miasto)	1	1	2	2
Wągrowiec (miasto)	2	0	2	2
Wągrowiec (wiejska)	1	0	0	1
Żnin (MiG)	2	2	2	2
Gąsawa	2	1	0	2
Września (MiG)	2	0	2	2
Dominowo	0	0	0	2
Lądek	0	0	0	1
Konin (miasto)	2	1	1	2
Kalisz (miasto)	2	0	2	2

Źródło: opracowanie własne na podstawie dokumentacji ZONiG (1-22)

Restauracje z ofertą kuchni staropolskiej. Zadowolającą ofertę w tej grupie stwierdzono w Poznaniu, Pobiedziskach, Gnieźnie, Mogilnie, Strzelnie, Wągrowcu, Żninie, Gąsawie, Wrześni, Koninie i Kaliszu. Natomiast zupełnie brak jej w gminach Łubowo, Dominowo i Łądek oraz w Inowrocławiu, Kruszwicy, Brześciu Kujawskim.

Restauracje z ofertą kuchni regionalnej: Zadowolająca oferta w tym zakresie istnieje tylko w Poznaniu, Gnieźnie i Żninie. Jej zupełny brak stwierdzono natomiast w gminie Krzywiń, w Pobiedziskach, Mogilnie, Strzelnie, Inowrocławiu, Kruszwicy, w Brześciu Kujawskim, w mieście oraz gminie wiejskiej Wągrowiec, w mieście i gminie Września, w gminach Radziejów, Łądek i Dominowo. Tak znaczna liczba gmin z pełnym brakiem oferty regionalnej świadczy nie tylko o braku zrozumienia dla jej rosnącego znaczenia w turystyce, ale i zaniku zrozumienia jej roli jako dziedzictwa kulturowego regionu. Dla wymienionych gmin jest to także poważny mankament w ich ofercie dla turystów kulturowych.

Kawiarnie i cukiernie: Brak tego rodzaju oferty stwierdzono w Brześciu Kujawskim, w wiejskiej gminie Wągrowiec oraz w gminach Gąsawa, Łubowo, Dominowo i Łądek.

Tanie punkty gastronomii: Lokale tego typu są obecne we wszystkich gminach w przestrzeni szlaku, jednak ich oferta może być niewystarczająca (brak alternatywy, nieistnienie w sytuacji zamknięcia jedyne go lokalu) w gminach Łądek, Wągrowiec (wiejska) i w Brześciu Kujawskim.

Krytyczne miejsca w przestrzeni szlaku: W gminach Dominowo, Łądek i w Brześciu Kujawskim - poza obecną tu tanią gastronomią - brak oferty kuchni staropolskiej, regionalnej a nawet możliwości krótkiego zatrzymania się w kawiarni lub cukierni. Zdecydowanie zubaża to ofertę tych miejscowości i stwarza ryzyko, iż turyści kulturowi zjawiają się tu wyłącznie na czas wizyty w obiekcie szlaku i nie powstanie możliwość zysku dla jakichkolwiek innych podmiotów. Dodatkowo, jeśli turyści indywidualni podczas planowania wycieczki po szlaku nie znajdą tu żadnej możliwości zjedzenia posiłku, mogą po prostu ominąć Giech i Łąd nad Wartą – obie te miejscowości wymagają zjazdu z głównych szlaków komunikacyjnych, co w połączeniu z problemami ze znalezieniem miejsca na posiłek może zniechęcić zwiedzających szlak do poświęcenia wolnego czasu i środków na wizytę. Sytuacja Brześcia Kujawskiego jest nieco lepsza, ponieważ miasteczko leży bezpośrednio przy drodze krajowej 62, stanowiącej jedną z osi szlaku. Tu jednak problem może stanowić bliskość Włocławka, dla którego oferty kulinarnej w tej sytuacji Brześć nie posiada żadnej alternatywy.

2.2.4. Pozostała oferta spędzania czasu wolnego w przestrzeni szlaku

Centra shoppingu w formie galerii handlowych funkcjonują w Poznaniu, Włocławku, Koninie, Kaliszu (duże) oraz w Gnieźnie i Żninie (mniejsze centra). W budowie znajduje się nowoczesna galeria handlowa w Inowrocławiu.

Stałe kina działają w Poznaniu (duże kompleksy kinowe), we Włocławku, w Gnieźnie, Koninie, Kaliszu i Inowrocławiu, natomiast teatry ze stałym repertuarem funkcjonują w Poznaniu, Gnieźnie, Kaliszu, Włocławku i Inowrocławiu.

Plaże z kąpieliskami posiadają gminy: Żnin (Jezioro Żnińskie Małe, Jezioro Weneckie), Mogilno (Wiecanowo, Jezioro Wiecanowskie), Łubowo (Jezioro Lednickie), Gąsawa (6 – na Jeziorze Gąsawskim i J. Chomińskim), Krzywiń (w Krzywiniu na J. Krzywiń i wokół Jeziora Cichowo-Mórka), Pobiedziska (Pobiedziska i Stęszewko), Wągrowiec – miejska (J. Durawskie), Wągrowiec - wiejska (Kamienica, Kobylec), Gniezno (J. Winiary), Konin (J. Pątnowskie) oraz Poznań (J. Rusalka). Ponadto Jezioro Żnińskie Małe jest znanym miejscem zawodów motorowodnych, a Żnin uchodzi za nieoficjalną polską stolicę tych sportów. Ważne zawody sportów wodnych odbywają się także w Poznaniu i Kruszwicy – obie miejscowości posiadają odpowiednią infrastrukturę.

Kryte pływalnie funkcjonują w Poznaniu (obok dużego kompleksu Termy Maltańskie - kilka innych pływalni), w Mogilnie, Koninie, Kaliszu, Inowrocławiu, Włocławku, Gnieźnie, Wrześni, Radziejowie, Wągrowcu.

Duże centra rekreacji posiadają Poznań - tereny wokół J. Maltańskiego wraz z Nowym ZOO, oraz Inowrocław (Park Zdrojowy).

Większe ośrodki lub koncentracje mniejszych ośrodków jazdy konnej funkcjonują w Inowrocławiu („Stangret”), Poznaniu (Hipodrom Wola), w Pobiedziskach (7 mniejszych ośrodków) i w gminie Krzywiń (małe ośrodki wokół Cichowa).

Ogólnodostępne korty tenisowe działają w Inowrocławiu, Poznaniu, Żninie, Mogilnie, Koninie, Kaliszu, Włocławku, Inowrocławiu, Gnieźnie, Wągrowcu, Wrześni, Kruszwicy.

Oznaczone trasy rowerowe funkcjonują w gminach Krzywiń, Poznań, Pobiedziska, Gniezno, Trzemeszno, Września, Konin, Kruszwica, Żnin, Gąsawa, Włocławek.

Szlaki wodne z węzłami infrastrukturalnymi (mariny) posiadają Konin, Łądek i Włocławek, natomiast spływy rzeczne oferowane są w gminach Konin, Łądek i Brześć Kujawski.

Ośrodki sanatoryjne znajdują się w Inowrocławiu (z zabytkowymi tężniami) oraz w gminie Brześć Kujawski (Wieniec Zdrój).

Rejsy statkami turystycznymi są możliwe w gminach: Konin, Kruszwica, Żnin i Gąsawa.

Większe ośrodki rekreacji z profesjonalnie zorganizowaną ofertą sportów halowych (w tym modnych jak bowling i kręgle) działają w Poznaniu, Kaliszu, Inowrocławiu, Koninie i Włocławku.

Parki Krajobrazowe z ofertą dróg spacerowych, dydaktycznych i rowerowych są zlokalizowane w gminach: Pobiedziska (PK Promno i PK Puszcza Zielonka), Łubowo (Lednicki Park Krajobrazowy) Kruszwica (Nadgoplański Park Tysiąclecia) i Łądek (Nadwarciański PK).

Inne większe atrakcje o charakterze rekreacyjnym to: Włocławski Park Linowy oraz Miasteczko Western Silverado City w Bożejewickach (gmina Żnin).

Ofertę spędzania wolnego czasu we przestrzeni Szlaku Piastowskiego należy uznać za wystarczającą i relatywnie równomiernie zlokalizowaną, co oznacza, że w konstrukcji pakietów lokalnych dla turystów nie powinno zabraknąć partnerów mogących zaproponować moduły wypoczynkowe.

2.3. Koordynacja szlaku

Analiza tego kluczowego elementu funkcjonowania szlaku obejmuje najpierw identyfikację typu i status koordynatora, następnie opisany i sklasyfikowany zostanie model koordynacji, wreszcie faktyczny jej zakres. Ograniczenie się do wymienienia działań koordynatora byłoby błędem, ponieważ wszystkie wspomniane czynniki są istotne dla określenia jego faktycznej pozycji i realnych możliwości organizowania życia szlaku. Ma to decydujące znaczenie dla wyznaczenia mu zadań najpierw w okresie przebudowy systemu, a następnie w jego bieżącym funkcjonowaniu jako nowego, zmodernizowanego produktu. W następnej kolejności zostaną krótko scharakteryzowane pozostałe elementy składające się na obraz aktualnej koordynacji Szlaku Piastowskiego: współpraca koordynatora z obiektami, bezpośrednia oferta organizacji koordynującej szlak dla turystów, zakres bieżącej obsługi turystów przez koordynatora oraz sposoby realizacji przez niego zadania promocji szlaku jako całości.

Podstawami analizy w tym jej obszarze są: dokumentacja przekazana przez Organizację Turystyczną „Szlak Piastowski” - komórkę koordynującą szlak – w tym Statut OT Szlak Piastowski z roku 2003, lista członków, aktualna oferta organizacji i inne oficjalne dane, zamieszczone na portalu internetowym organizacji, roczne sprawozdania za rok 2010 i 2011 oraz sporządzona w odpowiedzi na zapytanie autora nota przedstawiciela Koordynatora, p. Jacka Wrzesińskiego z 26 kwietnia 2012 (znajdująca się w archiwum Rady), dokumentacja nadesłana przez Starostwo Powiatowe w Gnieźnie, wyniki badań autora realizowanego na potrzeby monografii o szlakach tematycznych [Mikos v. Rohrscheidt 2010a] oraz badań autora z roku 2011 (październik-listopad) przeprowadzonego na potrzeby porównawczej analizy modeli

i typów koordynatorów szlaków tematycznych, której odbiciem było opracowanie analityczne opublikowane w styczniu 2012 [Mikos v. Rohrscheidt 2012a].

2.3.1. Typ i status koordynatora

Organizacja Turystyczna „Szlak Piastowski”, powołana do życia w roku 2003, jest pierwszym podmiotem w historii Szlaku Piastowskiego, który – jakkolwiek w niepełnym zakresie - podjął zadania typowe dla koordynatora szlaku w odniesieniu do tego systemu. Posiada ona status prawny stowarzyszenia. Jego członkami zwyczajnymi są jednostki samorządu terytorialnego (powiat gnieźnieński i jego gminy), a także inne stowarzyszenia, podmioty gospodarcze, (jak hotele, gospodarstwa agroturystyczne, lokale gastronomiczne, ośrodki rekreacji, lokalni touroperatorzy) i osoby fizyczne, w większości wykonujące pracę przewodników turystycznych. Zgodnie z typologią koordynatorów szlaków [Mikos v. Rohrscheidt 2012a, s. 50] Organizację Turystyczną „Szlak Piastowski” można sklasyfikować jako **celową organizację turystyczną**. Istotną cechą takiego podmiotu jako koordynatora szlaku jest, że powołuje się go jedynie lub głównie dla zadań związanych z koordynacją funkcjonowania tego systemu. W takim przypadku zachodzi pełna identyfikacja z nazwą szlaku i jego celami, przez co organizacja jest naturalnym i wiarygodnym partnerem dla innych podmiotów działających w turystyce. Jest też łatwo rozpoznawalna dla samych turystów, co powinno przekładać się na skalę popytu na jej usługi i udrożnienie kanałów ich dystrybucji. Członkowie takiej organizacji (obiekty, gminy, instytucje, podmioty gospodarcze) mają najczęściej realny wpływ na jej kształt i działania (co pobudza oddolne inicjatywy) i świadomość bezpośredniego związku pomiędzy jej ewentualnym komercyjnym sukcesem a własnymi korzyściami, zarówno w obszarze PR, jak i w sferze ekonomicznej: jako beneficjenci projektów rozwojowych i innych przedsięwzięć proturystycznych czy jako wykonawcy określonych usług i tym samym udziałowcy zysków. Organizacja celowa może wykonywać wszystkie typy zadań koordynatora, w tym także te zewnętrzne, korzystając z prawnego statusu touroperatora. W takim przypadku może stać się liderem w organizacji turystyki w przestrzeni szlaku. Jednak skutek jej ulokowania poza sferą finansowaną bezpośrednio przez budżety samorządów problematyczne może być pozyskiwanie stałych funduszy na opłacenie kosztów działania organizacji, które trzeba rozwiązywać na drodze długoterminowych porozumień o subwencjach lub w systemie składkowym. Wydaje się, że wybór dla Szlaku Piastowskiego takiego właśnie typu koordynatora, o jednoznacznie wyznaczonym celu podstawowym (ożywieniu i organizacji turystyki kulturowej, ukierunkowanej na obszar i tematyzowanej już w samej nazwie), generalnie otwartej formule stowarzyszenia i szeroko zakreślonym spektrum zadań [Statut OT, 2009] jest prawidłowy. Uwzględnia on bowiem skomplikowaną strukturę terytorial-

ną szlaku (położenie w dwóch województwach, na terenie 14 powiatów i 22 gmin) i umożliwia uczestnictwo na różnych płaszczyznach podmiotów rozmaitych typów (muzeów, obiektów sakralnych i instytucji kościelnych, partnerów komercyjnych) z jednej strony, a z drugiej posiada niezbędną elastyczność dopasowywania swojej struktury, zakresu działania i oferty do zmieniających się potrzeb turystyki i turystów i pewien stopień niezależności w stosunku do władzy publicznej. To ostatnie umożliwia mu zarówno uwzględnienie interesów poszczególnych partnerów (w tym m.in. gmin i podmiotów gospodarczych), jak i zachowanie neutralności w stosunku do poszczególnych władz terenowych oraz wiarygodności w zmieniających się politycznych układach regionalnych i lokalnych.

2.3.2. Zakres koordynacji

Niezależnie od wspomnianego – bardzo szerokiego – spektrum celów i zadań OT „Szlak Piastowski”, badanie z roku 2011 wykazało, a audyt z roku 2012 potwierdził, że aktualny zakres działań koordynatora Szlaku Piastowskiego jest znacząco węższy i wygląda jak następuje:

- a) zarządzanie **informacją turystyczną** o obiektach i przestrzeni szlaku, obejmujące jej zbieranie, aktualizację, opracowywanie oraz dystrybucję, w tym: 1) prowadzenie biura IT w Gnieźnie i informacji telefonicznej, 2) prowadzenie portalu internetowego www.szlakpiastowski.com.pl, w roku 2011 odnowionego i działającego w postaci interaktywnej, 3) sporządzanie i rozsyłanie newslettera OT z możliwością zapisania się zainteresowanych, 4) rozprowadzanie materiałów z obiektów i literatury krajoznawczej (we własnym punkcie informacji w Gnieźnie),
- b) **promocja szlaku**, w tym 1) udział w targach turystycznych (w Łodzi, Wrocławiu i w Poznaniu), 2) wysyłanie materiałów promocyjnych w ramach Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej na inne imprezy targowe (do Szczecina i na ITB w Berlinie), 3) medialne akcje promocyjne na niewielką skalę w wydawnictwach branżowych dotyczących turystyki, edukacji, historii i regionu („Głos Pedagogiczny” i publikacja targowa TTG - oba media wychodzą w Poznaniu), 4) prowadzenie strony szlaku na portalu Facebook,
- c) **bieżąca obsługa ruchu turystycznego**, w szczególności oferowanie usług przewodnickich zorganizowanym grupom i indywidualnym turystom w przestrzeni całego szlaku oraz regularne (comiesięczne) „autorskie” zwiedzanie z przewodnikami na bazie niekomercyjnej w Gnieźnie i bliskiej okolicy,
- d) spełnianie funkcji organizatora wycieczek w przestrzeni szlaku (2-3 dniowe, dłuższe tylko sporadycznie, jednak istnieje gotowość ich świadczenia i są zawarte w stałej ofercie),

- e) udział w eventach tematycznych w jednej z gmin w przestrzeni szlaku (Gniezno) jako organizator pojedynczych modułów (Dni Gniezna w maju i „Koronacja Królewska” w lipcu),
- f) organizowanie szkoleń, w tym: 1) szkolenia przewodników terenowych po Szlaku Piastowskim, 2) szkolenia personelu obsługi turystyki (przewodnicy i pracownicy informacji turystycznej) z objazdem terenowym nowych obiektów i wystaw szlaku,
- g) zapewnienie własnym pracownikom informacji turystycznej uczestnictwa w szkoleniach branżowych (organizowanych przez WOT),
- h) monitoring oznakowania obiektów i/lub tras - tworzenie i dystrybucja pojedynczych usług,
- i) organizacja lokalnego sympozjum o charakterze naukowym („Stąd Nasz Ród”),
- j) pomoc obiektom w redakcji materiałów informacyjnych i promocyjnych (przez konsultację).

Badanie dokumentacji koordynatora, wywiady eksperckie z dwoma jego przedstawicielami, a także dodatkowe zapytania autora kierowane do koordynatora i jego odpowiedzi, wykazały, że do szlaku jako całości odnoszą się tylko działania opisane w punktach a i b, czyli wszystkie elementy zarządzania informacją (zbieranie, aktualizacja, dystrybucja) oraz promocja szlaku. Tylko częściowo dotyczy to także punktu „c” - usług przewodnickich, które świadczone są także poza obszarem powiatu gnieźnieńskiego, jednak generalnie wykonywane przez przewodników tu zamieszkających. Natomiast beneficjentami działań opisanych w punktach od „d” do „j”, są podmioty działające na terenie miasta Gniezno i terytorium powiatu gnieźnieńskiego. Szczególnie widoczne jest to przy analizie stanu oznaczenia obiektów oraz tras szlaku, który poza wymienionym obszarem istnieje w zasadzie tylko na trasie Poznań-Gniezno, a brak go zupełnie, lub jest obecny jedynie w postaci szczątkowej i niejednolitej na innych terenach. Współpraca OT z obiektami szlaku, ośrodkami organizacji turystyki i podmiotami współuczestniczącymi w kształtowaniu oferty szlaku spoza terytorium powiatu gnieźnieńskiego ogranicza się do wymiany informacji i wzajemnego dostarczania publikacji dla dalszego rozprowadzania [*Notatka Koordynatora 2012*]. Organizacja nie podjęła dotychczas realizacji wielu modułów, które aktualnie współdecydują o atrakcyjności szlaku jako oferty dla indywidualnego turysty: tworzenia i dystrybucji pakietów (a przynajmniej bezpośredniej rezerwacji usług noclegowych), kreowania i koordynacji eventów na szlaku, a także standaryzacji zasad udostępniania mniejszych obiektów i egzekwowania ich.

Aktualna skala bezpośrednich usług turystycznych koordynatora w obsłudze turystów nie jest imponująca, przy czym ilość korzystających jest stabilna, z zauważal-

ną lekką tendencją spadkową. Ze sprawozdania OT Szlak Piastowski za rok 2011 wynika, że organizacja obsłużyła w roku 2011 **6880** turystów indywidualnych oraz **289** grup turystycznych. Odpowiednio w latach 2009 i 2010 było to: 9247 i 7034 osób oraz 321 i 297 grup [*Sprawozdania 2010, 2011*]. W ostatnim pełnym sezonie (2011) koordynator zorganizował niewielką liczbę wycieczek więcej niż jednodniowych (2-3-dniowe) w okresie letnim, jednak i ta liczba spada w porównaniu z latami ubiegłymi.

2.3.3. Aktualny model koordynacji

W typologii modeli koordynacji szlaków tematycznych, opracowanej na podstawie badań liczniejszej grupy podobnych systemów funkcjonujących na terenie Niemiec, Austrii i Polski funkcjonujący typ powiązań podmiotów oraz stosowane procedury w wykonywaniu tego zadania przez OT Szlak Piastowski w stosunku do analizowanego szlaku należy określić jako **model jednolity**⁸³. W takim modelu szlaku formalnie ustanowiony koordynator jest jedynym podmiotem wykonującym zadania na poziomie szlaku tak w stosunku do samej struktury systemu (jako produktu), jak i wobec turystów (jako jego odbiorców). Działając w funkcji podmiotu odpowiedzialnego za system, koordynator zajmuje się przynajmniej realizacją zadań z zakresu minimalnego, czyli monitoringiem oznaczeń, gromadzeniem i dystrybucją informacji o obiektach i ofertach oraz promocją szlaku jako całości. Jest też z reguły jedynym podmiotem kreującym lub zamawiającym i dystrybuującym ewentualne inne usługi związane z funkcjonowaniem szlaku. Tym samym staje się (jedynym) punktem odniesienia poszczególnych – niejako „zatomizowanych” – obiektów i ewentualnych innych partnerów szlaku. W relacjach z nimi koordynator jest podmiotowym reprezentantem szlaku – poza nim ten ostatni funkcjonuje tylko jako przestrzeń rozumiana przedmiotowo, czyli jako teren eksploatacji turystycznej. Poszczególne obiekty i inni członkowie w stosunku do szlaku pozostają bierni, to znaczy „żyją własnym życiem” i ich przynależność do systemu ogranicza się do wykorzystania jego tematyki (korzyści z powstałej w ten sposób „marki”) oraz ewentualnych usług koordynatora, w tym głównie tych dotyczących promocji szlaku.

Do zalet tego modelu zalicza się: sprawne funkcjonowanie szlaku jako całości (produktu), jasno określony zakres odpowiedzialności koordynatora i związaną z nią łatwość rozliczania z realizacji nałożonych na niego zadań. W przypadku badanego systemu zalety te nie uwidaczniają się w większej mierze, ponieważ faktyczny zakres kompetencji koordynatora jest zbyt mały, a jego działalność ogranicza się w praktyce do terenu jednego powiatu.

⁸³ Szerzej o cechach poszczególnych modeli koordynacji: Mikos v. Rohrscheidt A., 2012a, Opis modelu jednolitego: s. 42-43

Wadą modelu - w przypadku Szlaku Piastowskiego potwierdzoną zresztą w całej rozciągłości przez badanie audytowe - jest niski poziom identyfikacji poszczególnych podmiotów ze szlakiem jako całością i niewielka aktywność na rzecz jego sukcesu, w tym nie podejmowanie w przestrzeni szlaku działań na rzecz wzbogacania wspólnej oferty. W przypadku utrzymania tego modelu koordynacji szlaku ta słabość mogłaby być zredukowana przez stworzenie finansowych mechanizmów motywujących do tworzenia nowych ofert, np. jasno określonych udziałów w zyskach.

2.3.4. Współpraca z obiektami w ramach szlaku

Obsługa turystyczna. Na dzień dzisiejszy koordynator szlaku wykonuje tylko niewielką część obsługi turystycznej obiektów w Gnieźnie, polegającą na organizacji przewodnictwa po tych obiektach. W kilku innych obiektach (w Poznaniu, Biskupinie, Kruszwicy, Strzelnie, Mogilnie) można zamówić usługę przewodnicką za pośrednictwem portalu internetowego koordynatora (formularz). W stosunku do pozostałych obiektów koordynator nie wykonuje takiej usługi ani nie posiada wiedzy na temat ich możliwości i nie udziela takich informacji.

Zaopatrzenie w literaturę i inne materiały. Regularnie, na podstawie ustnych porozumień koordynator dostarcza publikacje i materiały do obiektów funkcjonujących w mieście i powiecie gnieźnieńskim. Dystrybuuje je także doraźnie na podstawie zgłaszanych zamówień do niektórych innych obiektów, szczególnie znajdujących się w powiatach ościennych (mogileński, żniński, wrzesiński, poznański). W ogromnej większości obiektów szlaku (w tym nawet w niektórych położonych w powiecie gnieźnieńskim, jak Muzeum Pierwszych Piastów na Lednicy czy w niedalekim Poznaniu) brak jakichkolwiek publikacji na temat Szlaku Piastowskiego, co obrazuje minimalny poziom współpracy w tej materii.

Informacja turystyczna na temat obiektów. W miarę posiadanej wiedzy koordynator udziela informacji telefonicznej i elektronicznej na temat wszystkich obiektów Szlaku Piastowskiego, w odpowiedzi na zapytania. Na portalu koordynatora znajdują się także informacje na temat obiektów. Jednak brak połączeń „linków” z jego portalu do portali obiektów (nawet jeśli są to rozwinięte i samodzielne strony www), a z drugiej strony niemal zupełny brak powiązań ze strony portali obiektowych z portalem szlaku, a często nawet informacji o nim świadczą o nikłym zakresie współpracy pomiędzy poszczególnymi podmiotami w tej kwestii.

Promocja. Ten aspekt omówiono poniżej w osobnym podrozdziale.

Współpraca z innymi podmiotami. Brak porozumień partnerskich określających warunki współpracy z podmiotami zewnętrznymi uniemożliwia stwierdzenie jej poziomu. Należy przypuszczać, że poza doraźnym poleceniem usług noclegowych obiektów w powiecie gnieźnieńskim i usług przewodnickich w przypadku ich

zamówienia u oferentów innych niż członkowie OT Szlak Piastowski, taka współpraca nie istnieje.

2.3.5. Promocja szlaku

Koordynator szlaku, prócz prowadzenia portalu internetowego (spełniającego jednocześnie funkcje informacyjne i promocyjne), regularnie uczestniczy w kilku krajowych targach turystycznych, a za pośrednictwem Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej wysyła materiały na targi zagraniczne, w tym regularnie na berlińskie ITB. Wprowadził także rozsyłanie newslettera dla zapisanych abonentów, jednak aktywnie nie proponuje jego wysyłki. W ten sposób, zestawiając i dystrybuując materiały promocyjne na temat całości systemu, koordynator wykonuje w minimalnym stopniu zadania promocyjne w stosunku do obiektów. Poza tymi działaniami, w sytuacji braku jakiegokolwiek projektu podróży indywidualnych w przestrzeni szlaku, projektów podróży tematycznych, braku kalendarza eventów i drożnego systemu dystrybucji materiałów, skierowanego do ogółu obiektów i partnerów (np. punktów informacji turystycznych i obiektów noclegowych w przestrzeni szlaku), należy stwierdzić niewykorzystanie możliwości aktywnej promocji wykraczającej poza teren powiatu gnieźnieńskiego, w tym nawet tych jej elementów, które nie wiążą się z większymi kosztami (jak np. regularne opracowywanie kalendarza szlaku).

2.4. Życie szlaku

2.4.1. Obsługa turystów poza obiektami

2.4.1.1. Informacja turystyczna.

Ośrodki informacji turystycznej działają w Poznaniu (w kilku miejscach, przez siedem dni tygodnia) oraz w Inowrocławiu, Gnieźnie, Kaliszu, Żninie, Włocławku i Koninie - od poniedziałku do soboty (w sezonie turystycznym).

Punkty informacji znajdują się także w Pobiedziskach (otwarty w pon.- pt. 8.00 - 17.30), w Gąsawie (pon. - pt. 7.00 - 15.00), Kruszwicy (pon. - pt. 8.00 - 15.45) oraz w Mogilnie – ten ostatni jest obsługiwany przez prywatne biuro podróży i czynny w jego godzinach pracy: od poniedziałku do piątku. Z punktu widzenia turysty indywidualnego, podróżującego głównie w weekendy lub w okresie wakacyjnym niezależnie od dnia tygodnia należy stwierdzić, że informacja turystyczna na miejscu, świadczona od poniedziałku do piątku, dodatkowo tylko w godzinach popołudniowych jest najczęściej bezużyteczna. Zważywszy na przysięgający odsetek turystów indywidualnych korzystających z informacji turystycznej, utrzymywanie punktów informacji w takich godzinach pracy można określić jako usługę nietrafnie ukierunkowaną, mniej delikatnie: jako marnotrawstwo potencjału i środków.

W pozostałych gminach w przestrzeni szlaku (w tym także miejskich) profesjonalne ośrodki informacji turystycznej nie funkcjonują, bywa ona natomiast udzielana w samych obiektach szlaku, w niektórych hotelach lub (rzadziej) w urzędach gminnych. Taki stan z pewnością nie sprzyja rozwojowi turystyki indywidualnej w przestrzeni szlaku tak w ramach samego systemu, jak i ukierunkowanej na pozostałe formy turystyki.

2.4.1.2. Usługi przewodnickie w miejscowościach

Możliwość zamówienia lokalnego przewodnika istnieje w gminach: Brześć Kujawski (w językach: PL, EN, FR), Poznaniu (PL, ANG, DE, RU, FR, SP, IT, UKR, ARAB, CH, CZ, NL), w Gnieźnie (PL, EN, DE, RU), Kaliszu (PL, EN, DE), Łubowie (PL), Włocławku (PL, EN, FR), Strzelnie (PL), Mogilnie (PL), Wągrowcu (PL), Kruszwicy (PL, DE), Koninie (PL, EN, DE), Inowrocławiu (PL), Radziejowie (PL), Żninie (PL, DE, EN, RU). Wykwalifikowani przewodnicy lokalni nie funkcjonują w gminach: Trzemeszno, Krzywiń, Wągrowiec (wiejska), Pobiedziska, Gąsawa, Dominowo, Września.

2.4.1.3. Pakiety turystyczne.

W przestrzeni szlaku stwierdzono zaskakująco mało ofert pakietowych dla turystów indywidualnych, zarówno tematycznych, jak i pozostałych pakietów lokalnych. Pakiety tematyczne zgodne z profilem szlaku, oferowane są tylko w dwóch gminach. W Gnieźnie są to dwa pakiety „Gniezno - miasto królów” oraz „Śladami Piastów - Dzień na Szlaku Piastowskim” – przy czym obydwie obejmują tylko przewodnictwo i wstępy do obiektów, jednak bez usługi noclegowej. W gminie Łubowo funkcjonują natomiast oferty weekendowego pobytu i zwiedzania z usługą przewodnicką, w oparciu o ośrodki agroturystyczne (oferuje je m.in. agroturystyka „Dvorek nad Lednicą” w Rybitwach).

Pozostałe pakiety lokalne funkcjonują także tylko w dwóch miejscowościach. W Gnieźnie turysta może skorzystać z pakietu OT Szlak Piastowski „Gniezno - zimowa stolica” oraz z pakietu Gnieźnieńskiej Kolei Wąskotorowej (przejazd wraz z programem rozrywkowym) – obydwie nie obejmują noclegu. Także dwa pakiety są oferowane w Poznaniu, jest to Poznańska Karta Miejska (przejazdy komunikacją miejską i rabatowe lub darmowe wstępy do szeregu obiektów – bez noclegu) oraz Pakiet Miejski biura KulTour.pl (dla turystów korzystających z City Break – zawiera noclegi, zwiedzanie, usługi przewodnika i opcjonalnie posiłki), ponadto Poznań oferuje okazjnie pakiety okolicznościowe (proponowane m.in. z okazji mistrzostw sportowych i festiwali artystycznych).

2.4.2. Lokalne tematyczne trasy turystyczne o profilu kulturowym

W przestrzeni Szlaku Piastowskiego nie stwierdzono funkcjonowania tras turystycznych spełniających kryteria materialnych. Trasy realne (o niepełnym poziomie organizacji) funkcjonują w Poznaniu (1 - Trakt Królewsko-Cesarski), w gminie Krzywiń (Kolej Drezynowa), we Włocławku (miejski spacerowy Szlak Obiektów Zabytkowych), oraz w Gąsawie i Żninie (Żnińska Kolej Powiatowa – turystyczna lokalna trasa kolejowa).

Turystyczne trasy wirtualne posiadają: Poznań (ponad 30 tras, m.in. Poznań Piastowski w ofercie biura KulTour.pl oraz tramwajowa linia turystyczna), Gniezno (6 – m. in. Mity i Legendy, Śladami Jana Pawła II, 4 inne trasy miejskie), gmina Krzywiń (Romantyczne Trasy Rowerowe), gmina Łubowo (w Lednickim Parku Krajobrazowym), Inowrocław (3 - Szlak Powstania Wielkopolskiego, Szlak im. Generała Władysława Sikorskiego, Szlak im. Stanisława Przybyszewskiego), Radziejów (Szlak Bitwy pod Płowcami), Trzemeszno (2- Szlak im. Hipolita Cegielskiego, Szlak Wyprawy Gimnazjalistów Trzemeszeńskich w 1863 roku), Kalisz (3 - Kalisz Piastowski, Park Miejski w Kaliszu, Kalisz Średniowieczny), Gąsawa (Pieszy Szlak Piastowski – lokalna trasa), Żnin (Pieszy Szlak Piastowski – wbrew nazwie jest to trasa lokalna) oraz Kruszwica (Szlak Goplan na terenie gminy).

2.4.3. Eventyzacja przestrzeni szlaku

Eventy *poza obiektami* Szlaku Piastowskiego mają duże znaczenie dla uzupełnienia i urozmaicenia oferty turystycznej systemu. W przypadku realizacji rekomendowanego kalendarza eventów jako jednego z „silników” szlaku (por. 4.1.4.2) mogłyby one stanowić pierwszy zasób imprez potencjalnie przyciągających turystów i zostać uwzględnione przez taki kalendarz - pod warunkiem utrzymania lub wprowadzenia standardów (poziom artystyczny, a w przypadku imprez tematycznych także poprawność merytoryczna scenariusza). Poniżej podano listę eventów stwierdzonych podczas badania przestrzeni szlaku i udokumentowanych w kwestionariuszach obiektów [KAO 1-39] i gmin [KAG 1-22]. Została ona podzielona na trzy grupy. Pierwszą stanowią eventy organizowane przez same obiekty i związane tematycznie z profilem Szlaku Piastowskiego⁸⁴. W drugiej grupie zestawiono eventy organizowane przez inne podmioty na terenie gmin szlaku, tematycznie związane z profilem systemu⁸⁵, zatem potencjalnie atrakcyjne dla zainteresowanych jego tema-

⁸⁴ Inne eventy organizowane w obiektach uwzględniono w badaniu i zestawiono w formularzach KAO, ale nie umieszczono ich w niniejszym zestawieniu, ponieważ nie posiadają one znaczenia dla eventyzacji szlaku.

⁸⁵ Jako kryterium tematyizacji eventu przyjęto związek jego tematu wiodącego i programu z epoką piastowską i - jeśli impreza nawiązuje do wydarzeń historycznych - respektowanie cezury czasowej ustalonej przez Radę PNdsSP: na okres do roku 1370.

tyką i zwiedzających same obiekty. W trzeciej grupie znalazły się pozostałe eventy, swoim profilem przystające do zainteresowań innych form turystyki kulturowej. W ramach ewentualnej integracji tych imprez w kalendarz szlaku konieczna byłaby dokładniejsza analiza ich scenariuszy oraz koordynacja ich terminów.

Eventy o ponadlokalnym zasięgu w obiektach szlaku lub przez nie organizowane, tematycznie zgodne z profilem systemu organizowane są w: **Kaliszu**: „Biesiada Piastowska” w Rezerwacie Archeologicznym, **Grzybowie** (gmina Września) „Międzynarodowy Zjazd Wojowników Słowiańskich”, oraz na **Ostrowie Lednickim**: „Noc Kupały”.

Ponadto szereg innych eventów corocznie organizowanych w obiektach, zależnie od wybranego tematu wiodącego w niektórych latach wpisuje się lub nie w profil Szlaku Piastowskiego: przykładowo Festyn Archeologiczny w Biskupinie lub Mały Festyn Archeologiczny w tym samym miejscu, albo Weekend z Historią, organizowany przez Trakt królewsko-Cesarski w Poznaniu. Fakt nieregularnych związków tych eventów z profilem badanego szlaku zdecydował o nieuwzględnieniu ich w niniejszym zestawieniu.

Eventy tematycznie związane z profilem Szlaku Piastowskiego podmioty inne Niżnego obiekty organizują w: **Mogilnie**: „Sąsiedzi wokół Szlaku Piastowskiego”, **Kruszwicy**: Festyn „U Piasta i Popiela”, **Łądzie** – „Festiwal Kultury Słowiańskiej i Cysterskiej”, **Gnieźnie**: „Koronacja Królewska” (z udziałem koordynatora szlaku), **Żninie**: „Turniej Rycerski w Wenecji”, **Płowcach** – inscenizacja bitwy polsko-krzyżackiej z roku 1331.

Inne coroczne eventy o charakterze turystyczno-kulturowym (powiązane z innymi formami turystyki kulturowej). W tym zakresie badania uwzględniono eventy o skali ponadlokalnej (a zatem przyciągające turystów). W kilku mniejszych gminach, gdzie takich imprez brak, wymieniono każdorazowo najważniejszy event lokalny o tematyce kulturalnej (przy czym nie uwzględniano imprez sportowych). Taka impreza, jakkolwiek aktualnie nie generuje ruchu turystów ani nie posiada znaczenia w kontekście potrzeb szlaku, to ze względu na fakt cyklicznego odbywania się i funkcjonujące już struktury organizacyjne oraz ustalone zasady współdziałania, stanowi potencjalnie najlepszą bazę dla organizacji kolejnego eventu Szlaku Piastowskiego, co mogłoby nastąpić pod warunkiem modyfikacji profilu tematycznego i programu.

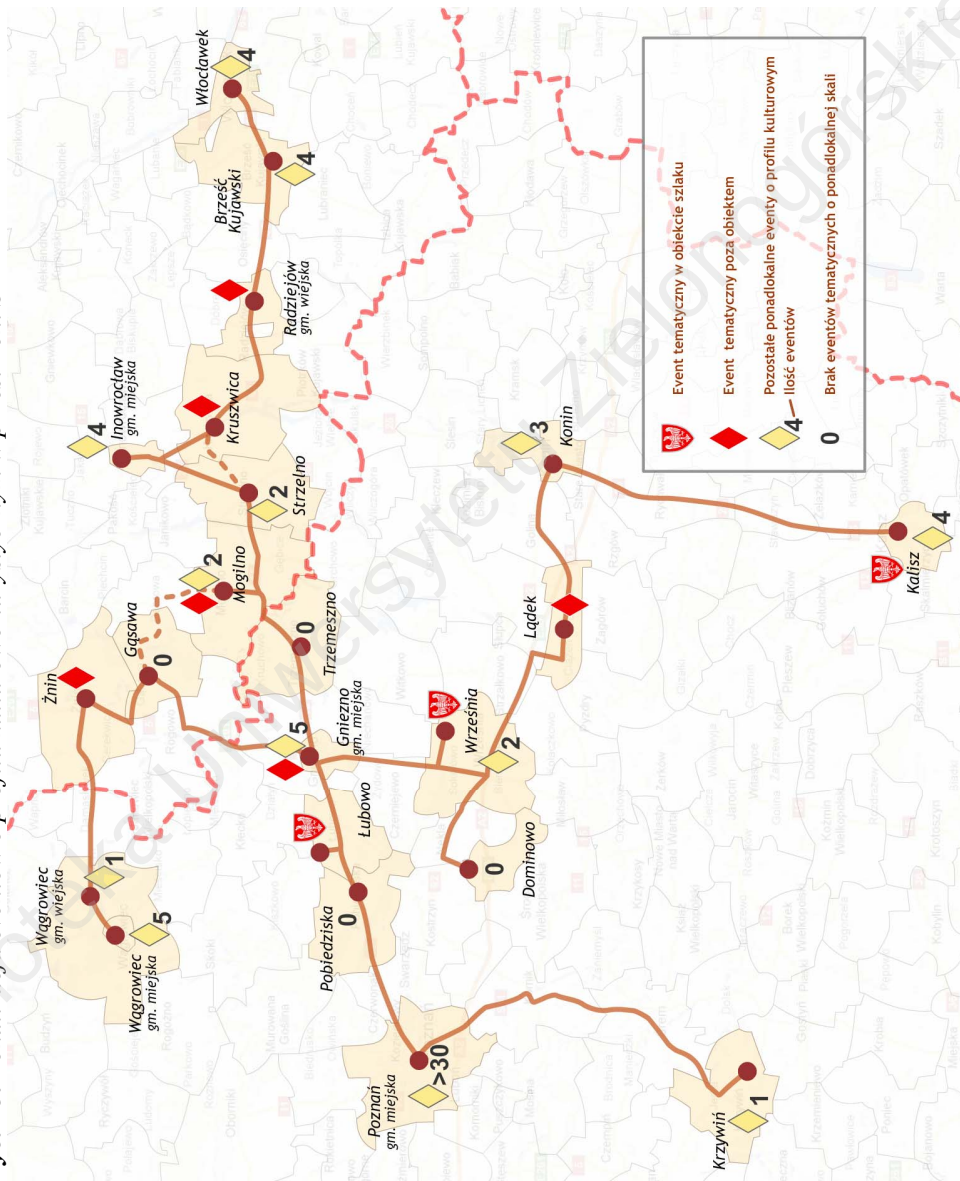
Na podstawie wyników badań ustalono listę eventów w poszczególnych gminach: **Poznań** - około 30, w tym: Malta Festival, Tsadik Festival, Ethno Port, Międzynarodowe Warsztaty Tańca Nowoczesnego, Misterium Męki Pańskiej na Cytadeli, Jarmark Świętojański, Dni Ułana, Festiwal Dobrego Smaku, Poznań Za Pół Ceny, Noc Muzeów w ponad 20 placówkach i inne; **Brześć Kujawski** - Piknik Historycz-

ny; Święto Żuru Kujawskiego; Brzeskie Spotkania Teatrów Ulicznych; „Gramoffon” – event muzyczny; **Gmina Krzywiń**: Zawody Sikawek Konnych w Cichowie; **Pobiedziska**: Dni Pobiedzisk (główna impreza lokalna); **Włocławek**: Włocławskie Inspiracje Artystyczne, Korowód Grup Zapustnych, Dobry Koncert Jazz w Mieście, Jarmark Staroci i Rękodzieła Ludowego; **Strzelno**: Norbertańskie Dni Młodych, Strzeleńskie Impresje; **Mogilno**: Piknik Chlebem i Miodem, Święto Ziemniaka; **Wągrowiec** (miasto): Festyn Cysterski, Lato na Pałukach, Picnic Country, Rocknoc, Festiwal Filmów Niezależnych; **Wągrowiec** (gmina wiejska): Jarmark Cysterski; **Kruszwica**: (dwie imprezy lokalne), **Konin**: Międzynarodowy Dziecięcy Festiwal Piosenki i Tańca, Ogólnopolski Festiwal Filmów Amatorskich, Feta na Pożegnanie Wakacji, **Inowrocław**: Ogólnopolski Festiwal Małych Form Teatralnych „Arlekina-da”, Inorock Festival, Festiwal Orkiestr Dętych, Inowrocławski Festiwal Światła i mające raczej lokalny charakter „Urodziny Grzegorza Turnaua”, **Radziejów**: Dni Radziejowa (największa impreza o skali lokalnej); **Gniezno**: Obchody Święta Św. Wojciecha; Festiwal Jazzowy „Jazz pod Piątką”, Festiwal Organowy „Muzyka w murach Katedry Gnieźnieńskiej”, Wielkopolskie Złoty Chórów „Skąd nasz Ród”, Festyn historyczny: Gnieźnieńskie spotkania z historią, **Kalisz**: Kaliski Festiwal Smaku, Festiwal Muzyki Dawnej Schola Cantorum, Gramy nad Prosną, Kaliskie Spotkania Teatralne, **Września**: Ogólnopolski Festiwal Sztuki Filmowej „Prowincjonalia”, Festiwal Twórców Polskiej Piosenki, Wielkopolski Festiwal Fotografii, **Żnin**: „Jesień na Pałukach”. Formularze badań audytowych [KAG 1-22], sporządzone dla poszczególnych gmin podają ponadto szereg innych imprez o skali lokalnej, nie uwzględnionych w powyższym zestawieniu.

Geograficzny rozkład eventów w przestrzeni Szlaku Piastowskiego ukazuje **Rycina 25**.

Ze wskazanego zestawienia wynika, że geograficzne rozłożenie imprez tematycznych jest nierównomierne: największe nasycenie eventami występuje w centralnej części przestrzeni szlaku, pomiędzy Łądem nad Wartą a Gnieznem i Gnieznem a Kruszwicą, natomiast ich brak szczególnie widoczny jest w trzech krańcowych obszarach: w obu gminach w Wągrowcu, we Włocławku i Brześciu Kujawskim oraz począwszy od Pobiedzisk - aż do Krzywina, z Poznaniem włącznie. W największej mierze przyczyną tego stanu jest niedawne włączenie tych gmin w przestrzeń szlaku, można więc mieć nadzieję, że w najbliższym czasie zostaną podjęte wysiłki zmierzające do wykorzystania przynależności do szlaku (i jednocześnie uzupełnienia jego oferty eventowej) przez organizację eventów tematycznych w tych miejscach. Niemniej warto zauważyć, że gmina o tak znaczących możliwościach i dawnej przynależności do szlaku jak Poznań, posiadająca szereg obiektów należących do systemu, do dziś nie wykreowała ani jednego cyklicznego eventu o tematyce piastowskiej.

Ryc. 25. Lokalizacja eventów o profilu kulturowo-turystycznym w przestrzeni SP



Obiekty Szlaku Piastowskiego.

1. Lubiąż, 2. Poznań - kł.
- Św. Jana Jer., 3. Poznań - Archikatedra, 4. Poznań - Muz. Archeol., 5. Poznań - Zamek Król., 6. Poznań - Makiet, 7. Poznań - ICHOT, 8. Poznań, Trakt Król-Cesarski, 9. Lednica -Muzeum, 10. Lednica-Wyspa, 11. Trzemeszno, 12. Gniezno - Archikatedra, 13. Gniezno - Muz. Archidiec., 14. Gniezno - kł franciszkanów, 15. Gniezno - Muzeum PPP, 16. Kalisz - Muz. Okręgowe, 17. Kalisz - Katedra, 18. Kalisz - Rez. Archeol., 19. Żnin, 20. Biskupin - Rez. Archeol., 21. Biskupin - Muz. Archeol., 22. Giecz - kościół, 24. Konin, 25. Ład, 26. Pobiedziska - Skansen Miniatur, 27. Strzelno - kł. św. Trójcy, 28. Strzelno - kł. św. Prokopa, 29. Mogilno, 30. Łekno, 31. Wągrowiec - Muz. Regionalne, 32. Wągrowiec - d. klasztor, 33. Grzybowo, 34. Włocławek - Katedra, 35. Włocławek - Muzeum HW, 36. Brześć Kuj., 37. Płocze, 38. Kruszwica - Mysia Wieża, 39. Kruszwica - kolegiata, 40. Inowrocław.

Źródło: opracowanie własne na podstawie dokumentacji KAO 1-40 i KAG 1-22

2.4.4. Grupy animacji historii działające w przestrzeni szlaku

Grupy animacji historii afiliowane przy obiektach szlaku. Funkcjonowanie grup rekonstrukcji historycznej, tzw. *historical reenactment* jest zjawiskiem stosunkowo dobrze już utrwalonym w polskiej przestrzeni kulturowej [Bogacki 2008, 2010], a profil ich uczestników oraz aktywność turystyczna związana z uprawianym hobby były już przedmiotem badań, które wykazały szerokie potencjalne pole zbieżności interesów oraz znaczny niekiedy zakres współpracy między nimi a obiektami historycznymi i systemami organizacji turystyki kulturowej. [Mikos v. Rohrscheidt 2011f, s. 37-42]. Zaangażowanie uczestników tego ruchu może mieć kluczowe znaczenie dla ożywienia oferty samych obiektów, ale także szlaku jako całości, przede wszystkim przez udział w organizacji eventów tematycznych oraz organizowanie mikroeventów dla turystów. Badanie audytowe pozwoliło stwierdzić istnienie szeregu grup [Raport z audytu, 2012 s.52-53], natomiast inne badanie prowadzone przez autora równoległe [Mikos v. Rohrscheidt 2012c] umożliwiło zweryfikowanie poziomu ich aktywności, określenie profilów uczestników, modeli i stopnia intensywności współpracy z obiektami szlaku. Następujące grupy współpracują na bazie regularnej z obiektami systemu: **Grzybowo**: Towarzystwo Przyjaciół Grodu w Grzybowie, **Łekno**: Chmurnicy Wojowie Grodu Łekno; **Biskupin**: Grupa rekonstrukcji historycznych Jantar, w Muzeum PP na **Lednicy**: Grupa Widowisk Historycznych COMES (Gniezno) - współpraca regularna, **Kalisz** (Rezerwat) - (5): Bractwo Rycerskie Ziemi Kaliskiej, Stowarzyszenie Kolowrat, Wojowie Świętego Wojciecha, Towarzystwo Żywej Historii, Wojowie Zawodzia.

Pozostałe grupy animacji historii w przestrzeni szlaku. Kwerenda w zasobach środowiskowego portalu Rekonstrukcji Historycznych [Bagrit. www 2012] przy zastosowaniu kryteriów geograficznych (siedziby grup w przestrzeni szlaku) oraz chronologicznych (zainteresowania skoncentrowane na epoce odpowiadającej tematyce szlaku i na Polsce lub Słowiańszczyźnie) wykazała istnienie kolejnych kilkunastu grup o różnej wielkości, aktywności i poziomie profesjonalizacji, które dotychczas nie zostały włączone do formalnej lub choćby stałej współpracy z żadnym z obiektów ani z koordynatorem szlaku. Aktywne grupy odtwórstwa historycznego o profilu zgodnym z tematyką szlaku działają w następujących gminach posiadających obiekty szlaku: Poznań, Września (obiekt w Grzybowie), Gąsawa (obiekty w Biskupinie), Gniezno, Kalisz, Wągrowiec - gmina wiejska (obiekt w Łeknie), Inowrocław, Włocławek. Na bazie ustnych porozumień podejmują one sporadyczną współpracę w niektórymi obiektami szlaku, w szczególności w zakresie współuczestnictwa w organizowanych tam cyklicznych eventach tematycznych. W sytuacji braku długotrwałych porozumień z jasno określonymi zobowiązaniami nie można

tego jednak określić jako wystarczającej bazy dla zaangażowania tych zespołów do współpracy w zakresie organizowania regularnej oferty obiektów.

Poniżej zestawienie wszystkich grup odtwórczych w oparciu o dane pochodzące ze wspomnianego portalu Wielkie Spisywanie Roberta Bagrita, aktualne na dzień 27 kwietnia 2012: **Poznań**: Stowarzyszenie Edukacji i Odtwórstwa Historycznego „Aurea Tempora” (posiada ofertę profesjonalnie przygotowanych i realizowanych prezentacji i inscenizacji historycznych – jego członkowie są w większości studentami i absolwentami studiów historycznych), Bractwo Rycerskie Zamku Przemysła II, Najemna Drużyna Łucznicza „Umbra Sagiitae”, Poznańscy Zielarze, Simulacrum Caligo, Stowarzyszenie Miłośników Kultury Średniowiecznej „Drużyna Najemna Wici”, Bractwo Wojowników „Wataha”, Wolna Grupa Cytadela (wbrew nazwie koncentruje się na wczesnym średniowieczu), Wolna Kompania Najemna Poznań, **Włocławek**: Kujawska Chorągiew Władysława Łokietka, Włocławskie Bractwo Rycerskie, Włocławsko-Elbląska Drużyna Wojów Wilcza Straż, **Bieżyń** (w gminie Krzywiń): Bractwo Rycerskie Kasztelanii Krzywińskiej, **Inowrocław**: Bractwo Wojowników Kruki, **Konin**: Konińska Grupa Rekonstrukcyjna Setidava, **Radziejów**: Chorągiew Piesza Grodu Radziejów.

Brak zlokalizowanych lub przynajmniej regularnie aktywnych grup odtwórczych o profilu zgodnym z tematyką szlaku stwierdzono na terenie pozostałych gmin: Strzelno, Mogilno, Żnin, Kruszwica, Pobiedziska, Łubowo (obiekty na Lednicy), Radziejów (obiekt w Płowcach), Krzywiń (obiekt w Lubiniu), Dominowo (obiekty w Gieczu), Konin, Łądek (obiekt w Łądzie nad Wartą), Wągrowiec – Miasto, Brześć Kujawski. **Rycina 26** ukazuje lokalizację grup odtwórczych o profilu zbieżnym z tematyką Szlaku Piastowskiego w jego przestrzeni, które regularnie współpracują z obiektami lub koordynatorem szlaku.

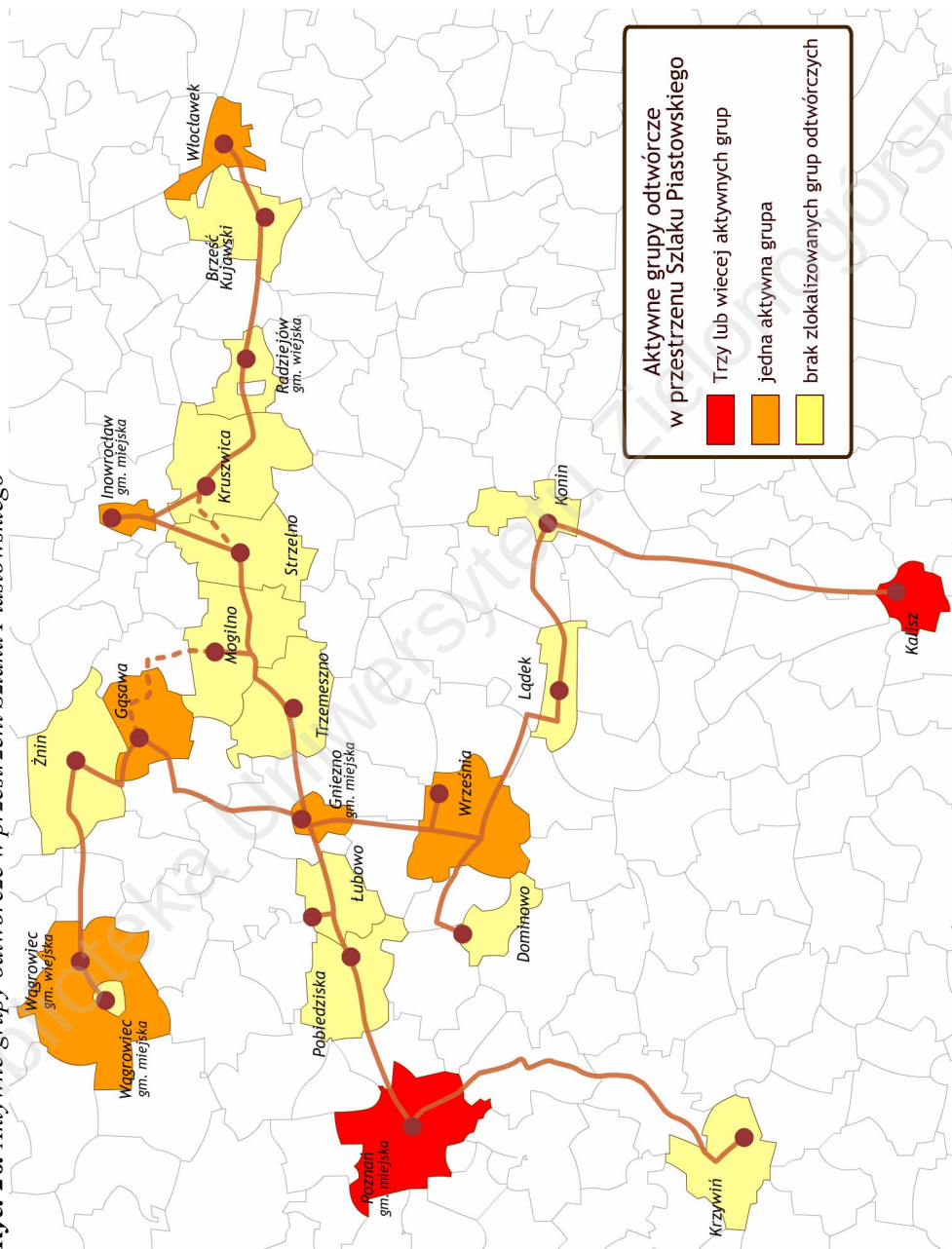
Aktywność grup w sferze zbieżnej z ofertą turystyczno-kulturową Szlaku Piastowskiego:

Pokazy historyczne na zamówienie realizuje 10 grup odtwórczych, a liczba wykonawców waha się między 4 a nawet (w pojedynczym przypadku) 40 osób; średnia ilość wykonawców takich pokazów wynosi 8-10 osób. W trakcie pokazów realizowanych jest od 2 do 6 różnych scenariuszy, przy czym średnio dla grupy jest to nieco więcej niż 3. Średni czas pokazu wynosi niecałe 2 godziny, przy czym minimalny czas to 45 minut, maksymalny: 6 godzin.

Lekcje tematyczne w szkołach: realizuje 8 badanych grup, liczba scenariuszy takich lekcji waha się między 1 a 4 (najczęściej 2), w jednym przypadku dochodzi aż do 20.

Przewodnictwo po obiektach realizuje tylko Bractwo Rycerskie Ziemi Kaliskiej na terenie Rezerwatu Archeologicznego na Zawodziu w Kaliszu.

Ryc. 26. Aktywne grupy odtwórcze w przestrzeni Szlaku Piastowskiego



Obiekty Szlaku Piastowskiego.

1. Lubiąż, 2. Poznań - kl.
- Św. Jana Jer., 3. Poznań - Archikatedra, 4. Poznań - Muz. Archeol., 5. Poznań - Zamek Król., 6. Poznań - Makiejów, 7. Poznań - ICHOT, 8. Poznań, Trakt Król.-Cesarzski, 9. Lednica - Muzeum, 10. Lednica - Wyspa, 11. Trzemeszno, 12. Gniezno - Archikatedra, 13. Gniezno - Muz. Archidiec., 14. Gniezno - kl franciszkanów, 15. Gniezno - Muzeum PPP, 16. Kalisz - Muz. Okręgowe, 17. Kalisz - Katedra, 18. Kalisz - Rez. Archeol., 19. Żnin, 20. Biskupin - Rez. Archeol., 21. Biskupin - Muz. Archeol., 22. Giecz - Rez. Archeol., 23. Giecz - kościół, 24. Konin, 25. Łąka, 26. Pobiedziska - Skansen Miniatur, 27. Strzelno - kl. św. Trójcy, 28. Strzelno - kl. św. Prokopa, 29. Mogilno, 30. Łekno, 31. Wągrowiec - Muz. Regionalne, 32. Wągrowiec - d. klasztor, 33. Grzybowo, 34. Włocławek - Katedra, 35. Włocławek - Muzeum HW, 36. Brześć Kuj., 37. Płocze, 38. Kruszwica - Mysia Wieża, 39. Kruszwica - kolegiata, 40. Inowrocław.

Źródło: [Mikos v. Rohrscheidi, 2012c.s 263]

Prace na rzecz obiektów wykonuje 6 grup odtwórczych, przy czym w 4 przypadkach są to obiekty szlaku, w jednym – obiekt własny, również w jednym – jeden obiekt szlaku i jeden inny obiekt. Prace te obejmują m.in. wolontariat w ramach przygotowania i przeprowadzenia eventów w obiektach (5), pomoc w organizowaniu wystaw (3), prace porządkowe (2 grupy), pomoc w pracach archeologicznych lub konserwatorskich (2).

Całość potwierdzonych przez badanie aktywności badanych grup, potencjalnie interesujących z punktu widzenia współpracy ze szlakiem kulturowym, ilustruje

Tabela 12.

***Tabela 12.** Aktywność grup zbieżna z potrzebami Szlaku Piastowskiego i jego obiektów*

Typ aktywności	Liczba grup
Wyjazdy na eventy	9
Współorganizacja eventów	5
Pokazy tematyczne	10
Lekcje tematyczne	8
Przewodnictwo w obiektach	1
Prace dla obiektów	6

Źródło: [Mikos v. Rohrscheidt 2012c, s. 265]

Inne grupy afiliowane przy obiektach. Ich znaczenie dla Szlaku i jego oferty jest aktualnie marginalne i generalnie nie są one wykorzystywane w jego ofercie. Jednak atrakcyjna propozycja współpracy mogłaby skłonić je do zaangażowania się na przykład w organizację eventów tematycznych lub kulturalnych w przestrze-

ni szlaku, zatem dla jego koordynatora oraz lokalnych liderów mogą one być potencjalnymi partnerami. Przy zestawianiu poniższej listy pominięte zostały działające przy obiektach sakralnych grupy o charakterze wyłącznie religijnym, uwzględniono natomiast grupy łączące w swojej działalności aspekty religijne z innymi aktywnościami o charakterze kulturalnym. Lista obejmuje zespoły afiliowane w następujących obiektach **Wągrowiec** (Muzeum): Towarzystwo Ziemi Pałuckiej, Wągrowieckie Stowarzyszenie Szlaku Cysterskiego, **Strzelno** (oba obiekty): Towarzystwo Miłośników Strzelna, Grupa Teatralna Squat Apostolski, **Mogilno**: Stowarzyszenie Młodzieży Subiaco; **Poznań** (Muzeum Archeologiczne): Fundacja Rodem z Polski (afiliacja), Młodzieżowy Klub Miłośników Archeologii (afiliacja) Teatr Sfinga (formalna współpraca); **Poznań** (Zamek Królewski): Towarzystwo Przyjaciół Muzeum Narodowego w Poznaniu.

2.5. Dostępność komunikacyjna

Ten aspekt organizacji szlaku obejmuje: zawartość szlaku, przejezdność tras szlaku, oznaczenia szlaku na trasach, dostępność obiektów z pomocą połączeń kolejowych i komunikacji autobusowej, wreszcie funkcjonowanie tras alternatywnych i towarzyszącą im infrastrukturę.

2.5.1. Zwartość szlaku

Przed decyzją Rady NPdsSP o rekomendacji ustalenia nowej listy obiektów Szlaku Piastowskiego i zmiany jego przestrzeni system posiadał pełną zwartość, to znaczy nie było ani jednego odcinka pomiędzy poszczególnymi kolejnymi obiektami, który przekraczałby 30 kilometrów⁸⁶. Po ustaleniu nowej struktury terytorialnej szlaku, uwzględniającym aktualne rekomendacje Rady ta sytuacja ulega zmianie. W nowej przestrzeni Szlaku pojawiły się trzy odcinki o długości przekraczającej tę wartość. Są to odcinki: Poznań-Lubiń (66,2 km), Giecz - Łąd nad Wartą (51,1 km) oraz Konin – Kalisz (54,5 km). Przy przyjęciu jednej z proponowanych tras Gniezno-Biskupin (35 km) byłby to czwarty odcinek przekraczający kryterium zwartości, alternatywą jest trasa Biskupin – Mogilno – Gniezno, przy przyjęciu której taka odległość się nie pojawia (z Biskupina do Mogilna jest 29,2 km a z Mogilna do Trzemeszna – 16,1 km). Należy jednak zauważyć, że trasa Gniezno-Żnin lub Gniezno-Biskupin jest drogą znacznie wygodniejszą i przejazd nią trwa krócej niż na odcinku Biskupin-Mogilno. Położenie odcinków szlaku przekraczających kryterium zwartości prezentuje **Rycina 27**.

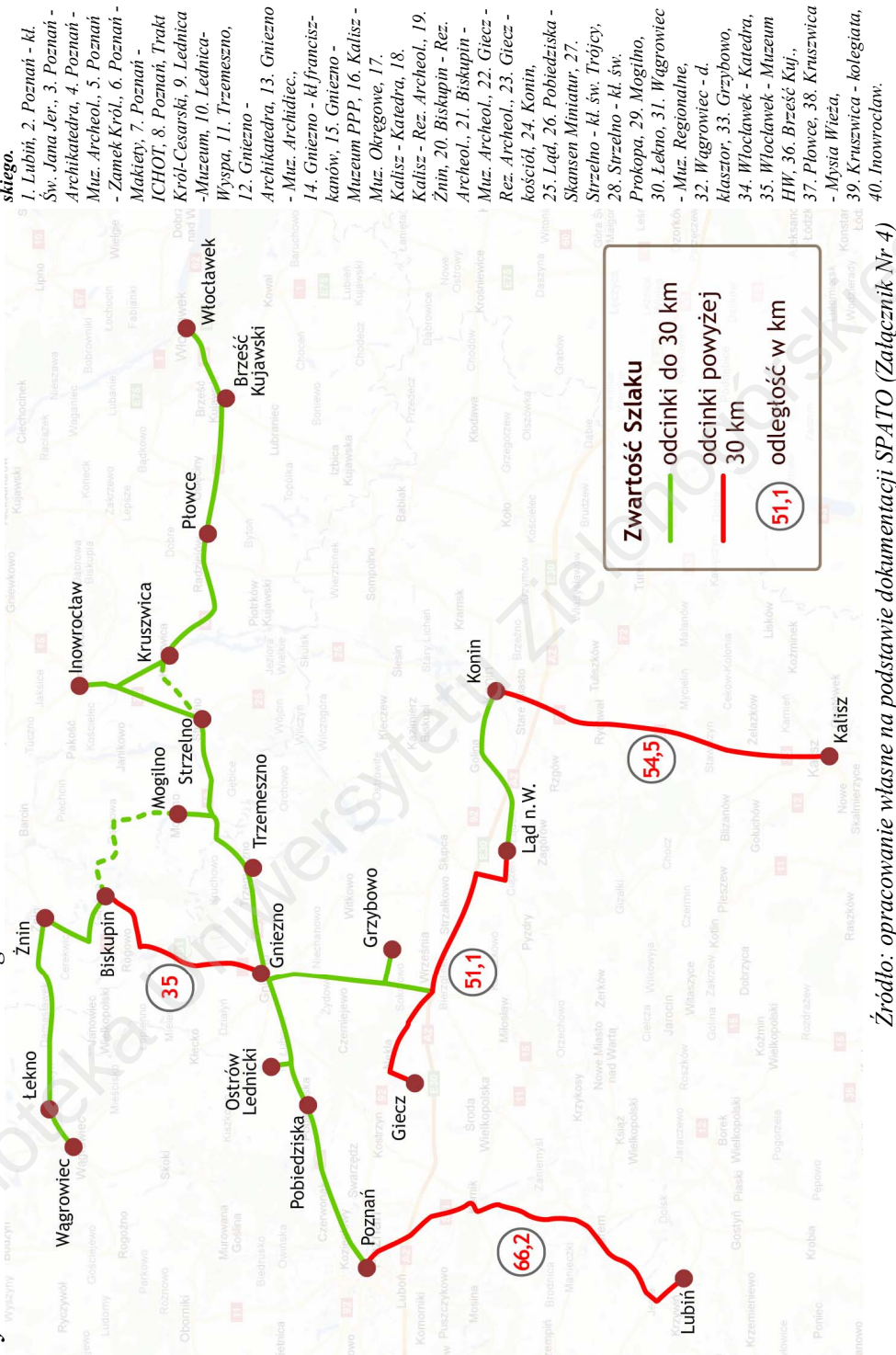
2.5.2. Przejezdność dróg.

Badanie wykazało zasadniczo dobrą przejezdność dróg w ramach obydwu tras Szlaku [por. SPATO, Załącznik nr 4]. Ewentualnie problematyczne odcinki wskazano poniżej.

- a) Ograniczenia wysokości pojazdów, eliminujące wyższe autokary i zmuszające je do dłuższych objazdów. Takie ograniczenia występują w Poznaniu na ul. Gnieźnieńskiej – na najkrótszym odcinku w kierunku Pobiedzisk i Gniezna (3,7 m wysokości) – tu jednak możliwy jest niewiele dłuższy objazd wyższych autokarów ulicą Bałtycką).
- b) Na drodze miejskiej w Brześciu Kujawskim, umożliwiającej dojazd do tamtejszych obiektów, istnieje zakaz ruchu pojazdów cięższych niż 3.5 tony – jednak z wyjątkiem m.in. dla autobusów szkolnych. Rozszerzenie tego wyjątku przez zezwolenie na przejazd także autokarów turystycznych rozwiązałoby problem.
- c) Odcinek Biskupin - Bożejewice (element trasy w kierunku Żnina) posiada wprawdzie pełną przejezdność, jednak niestrzeżony i oznaczony na ostatnich metrach przejazd kolejowy został przez badającego sklasyfikowany jako punkt niebezpieczny [PBU]. Problem może rozwiązać dokładniejsze oznaczenie tego miejsca.

⁸⁶ Taką wartość graniczną dla zwartości szlaku przyjmuje metodologia audytu szlaku, bazująca w tym zakresie na metodzie opracowanej przez autora dla badania szlaków tematycznych [Mikos v. Rohrscheidt, 2010a, s. 143]

Ryc. 27. Zwartość Szlaku Piastowskiego



Źródło: opracowanie własne na podstawie dokumentacji SPATO (Załącznik Nr 4)

Ryc. 28. Przejedność tras szlaku dla autokarów i samochodów osobowych



Źródło: opracowanie własne na podstawie dokumentacji SPATO (Załącznik Nr 4)

- d) Odcinek Rogowo – Gąsawa na trasie z Gniezna do Biskupina jest aktualnie remontowany, co wywołuje przejściowe problemy, nie wpływające jednak negatywnie na ocenę jego pełnej przejezdności.
- e) Zdecydowanie najtrudniejsza sytuacja panuje aktualnie na jednym ze starych odcinków szlaku: Strzelno-Kruszwica. Stan drogi krajowej nr 62 na tym odcinku badający określa jako fatalny. Bardzo wąska droga poważnie utrudnia mijanie się dwóch większych pojazdów, bardzo krytyczny jest stan nawierzchni [SCZ], dodatkowo aktualnie zakazany jest wjazd na tę trasę pojazdów z naciskiem osi większym niż 8 ton. Aktualnie najlepszym rozwiązaniem jest omijanie tego odcinka przez autokary i jazda ze Strzelna DK nr 15 do Inowrocławia, a stamtąd drogą wojewódzką nr 412 do Kruszwicy. Podróżujący samochodami osobowymi mogą – z zachowaniem szczególnej ostrożności – korzystać z bezpośredniego połączenia między Strzelnem a Kruszwicą, DK nr 62. Jeśli jednak wziąć pod uwagę możliwość rozpoczęcia zwiedzania szlaku przez część turystów od strony Włocławka, ich zetknięcie się z takimi warunkami niemal na początku wycieczki nie będzie stanowiło dobrej wizytówki systemu. Dlatego trasa wymaga pilnej interwencji, zwłaszcza, że krytyczny odcinek liczy zaledwie niecałe 16 kilometrów.
- f) na ostatnim odcinku trasy w Łeknie (350 m) do obiektu prowadzi wąska, polna droga, okresowo zalewana przez wodę [KAO-30]. Oznacza to niedostępność obiektu dla autokarów turystycznych, okresowo także dla samochodów.
- Stan przejezdności dróg szlaku dla większych pojazdów oraz możliwości dojazdu do obiektów prezentuje **Rycina 28**.

2.5.3. Oznaczenia szlaku na trasach

Znacznie gorzej z punktu widzenia turysty przedstawia się stan oznaczenia tras szlaku. Nie jest to spowodowane tylko zupełnym brakiem oznaczenia na nowo rekomendowanych odcinkach: Wągrowiec - Żnin, Włocławek - Kruszwica, Kalisz - Konin, Lubiń - Poznań oraz Łąd nad Wartą - Giecz i Włocławek - Kruszwica (na tych ostatnich odcinkach częściowo oznaczono dojazd do obiektów). Te sytuację należy uznać za naturalną i nie podlega ona ocenie, a tylko zostaje zaznaczona jako punkt do realizacji w ramach nowej organizacji Szlaku [SPATO; PBU; OAR; SCZ; MPI].

Niestety, niewiele lepiej wygląda stan oznaczenia tzw. starych odcinków szlaku. Zupełny brak oznaczeń Szlaku Piastowskiego (przy obecności innych) stwierdzono na drogach miejskich w Poznaniu, Gnieźnie i Trzemesznie oraz na odcinkach Gniezno - Trzemeszno, Gniezno - Gulczewo - Grzybowo (poza jednym starym znakiem w samym Grzybowie), Grzybowo - Giecz, Wylatowo – Mogilno, Mogilno – Strzelno i Strzelno - Kruszwica [SPATO].

W niewystarczającej ilości (to znaczy tylko w niektórych strategicznie ważnych punktach lub przed niektórymi zjazdami do obiektów) albo sporadycznie oznaczenia szlaku stwierdzono na odcinkach: Trzemeszno - Wylatowo, Wylatowo - Strzelno i w samym Strzelnie, na odcinkach Strzelno - Inowrocław, Kruszwica - Inowrocław, Gniezno - Żnin (do granicy województw na odcinku wielkopolskim) [SPATO].

Natomiast pełne oznaczenie szlaku (czyli we wszystkich lub prawie wszystkich strategicznie ważnych punktach na trasie i w pobliżu zjazdów do obiektów) istnieje na odcinkach: Poznań -Pobiedziska, Pobiedziska – Lednogóra - Dziekanowice, Lednogóra – Gniezno, Żnin-Biskupin, Biskupin - Gniezno (do granicy województw na odcinku kujawsko-pomorskim) [SPATO]. Stan oznaczenia szlaku przy drogach ilustruje **Rycina 29**.

2.5.4. Dojazd kolejowy do obiektów

Brak połączeń kolejowych – tak zdefiniowany został brak normalnotorowej stacji kolejowej z połączeniami pasażerskimi lub stacji wąskotorowej posiadającej połączenie z siecią PKP w miejscowości z obiektem szlaku lub w jej najbliższej okolicy - do 2 km od obiektu szlaku. W sytuacji jednoczesnego braku tras alternatywnych oznacza to poważne utrudnienie w bezpośrednim dotarciu w pobliże obiektów dla turystów indywidualnych, nie posługujących się własnymi środkami lokomocji (gdyż pozostaje im tylko komunikacja autobusowa). Taką sytuację stwierdzono w następujących obiektach:

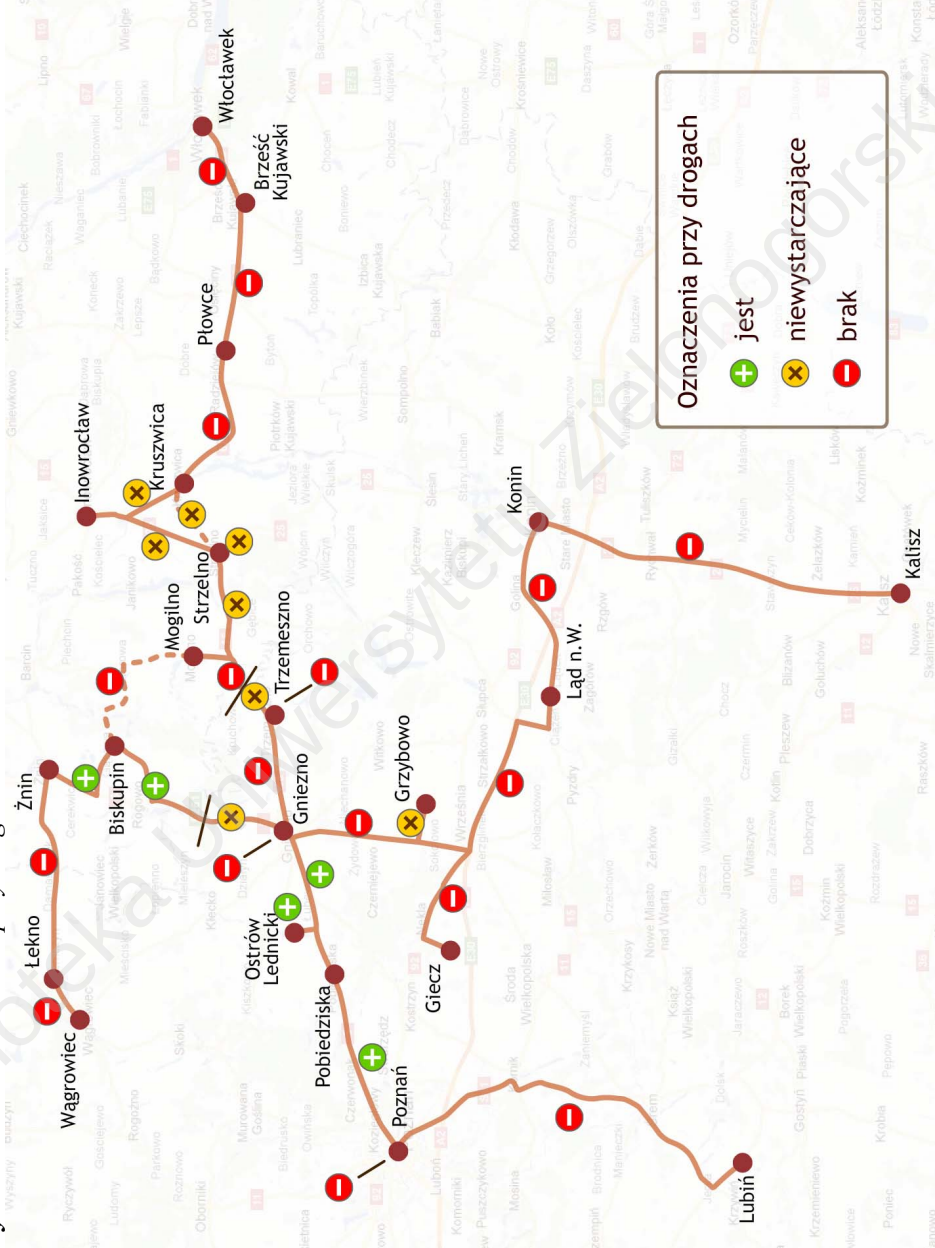
Strzelno - obydwa obiekty w miejscowości, **Żnin** – Muzeum Pałuckie, **Biskupin** – obydwa obiekty, **Płowce** – Pomnik Bitwy z 1331, **Brześć Kujawski** – Kościół Św. Stanisława Bpa., **Kruszwica** – obydwa obiekty, **Łąd nad Wartą** – Klasztor Pocysterski, **Łekno** – stanowisko archeologiczne, **Lubiń** - Opactwo Benedyktynskie, **Giecz** – obydwa obiekty, **Grzybowo** – Rezerwat Archeologiczny, **Muzeum Pierwszych Piastów na Lednicy** (obydwa obiekty).

Dostępność obiektów szlaku za pomocą komunikacji kolejowej obrazuje **Rycina 30**.

2.5.5. Dostępność obiektów dla publicznej komunikacji autobusowej.

Generalnie dojazd autobusem możliwy jest do wszystkich obiektów szlaku. W znakomitej większości przypadków stan dostępności za pomocą komunikacji autobusowej określony został jako *satysfakcjonujący*, co oznacza sytuację, gdy turyści nie muszą pokonywać odległości większych niż 500m w celu dotarcia od najbliższego przystanku do obiektu lub gdy (jeśli ta odległość jest większa) można z tego przystanku do obiektu dotrzeć za pomocą lokalnej komunikacji publicznej (np. autobusów MPK, skomunikowanej kolei wąskotorowej lub innych środków lokomocji).

Ryc. 29. Oznaczenia szlaku przy drogach



Obiekty Szlaku Piastowskiego.

1. Lublin, 2. Poznań - kl.
- Św. Jana Jer., 3. Poznań - Archikatedra, 4. Poznań - Muzeum Archeol., 5. Poznań - Zamek Król., 6. Poznań - Makiet, 7. Poznań - iCHOT, 8. Poznań, Trakt Król-Cesarski, 9. Lednica - Muzeum, 10. Lednica - Wyspa, 11. Trzemeszno, 12. Gniezno - Archikatedra, 13. Gniezno - Muzeum Archeol., 14. Gniezno - kl franciszkań, 15. Gniezno - Muzeum PPP, 16. Kalisz - Muzeum Okręgowe, 17. Kalisz - Katedra, 18. Kalisz - Rez. Archeol., 19. Żnin, 20. Biskupin - Rez. Archeol., 21. Biskupin - Muzeum Archeol., 22. Giecz - Rez. Archeol., 23. Giecz - kościół, 24. Konin, 25. Łąka, 26. Pobiedziska - Skansen Miniatur, 27. Strzelno - kl. św. Trójcy, 28. Strzelno - kl. św. Prokopa, 29. Mogilno, 30. Łekno, 31. Wągrowiec - Muzeum Regionalne, 32. Wągrowiec - d. klasztor, 33. Grzybowo, 34. Włocławek - Katedra, 35. Włocławek - Muzeum HW, 36. Brześć Kuj., 37. Płowce, 38. Kruszwica - Mysia Wieża, 39. Kruszwica - kolegiata, 40. Inowrocław.

Źródło: opracowanie własne na podstawie dokumentacji SPATO (Załącznik Nr 4)

Ryc. 30. Dostępność miejscowości i obiektów szlaku dla komunikacji kolejowej

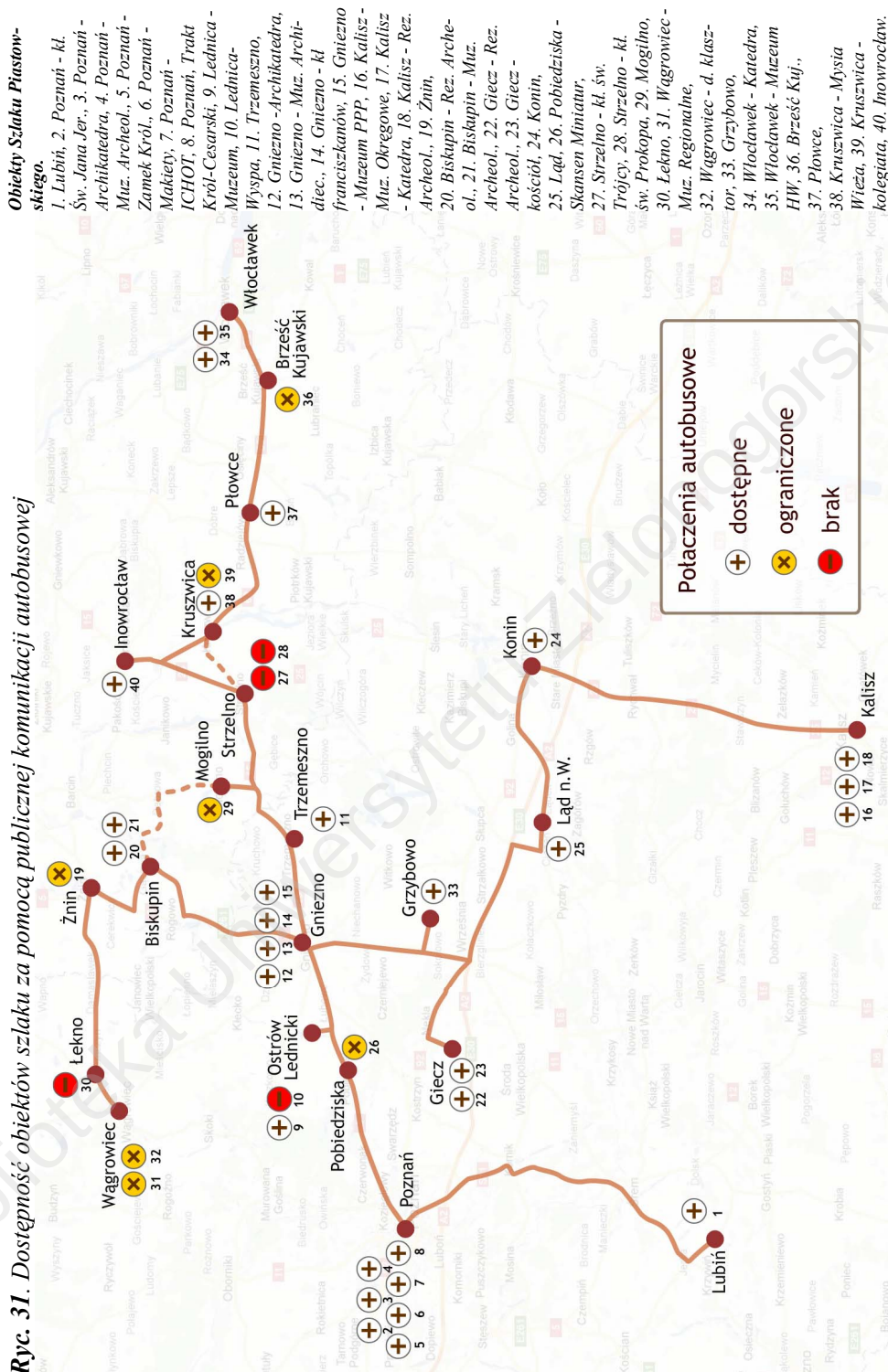
Obiekty Szlaku Piastowskiego.

1. Lubin, 2. Poznań - kl. Św. Jana Jer., 3. Poznań - Archikatedra, 4. Poznań - Muzeum Archeol., 5. Poznań - Zamek Król., 6. Poznań - Makiety, 7. Poznań - ICHOT, 8. Poznań, Trakt Król-Cesarski, 9. Lelichna - Muzeum, 10. Lelichna-Wyspa, 11. Trzemeszno, 12. Gniezno - Archikatedra, 13. Gniezno - Muzeum Archeol., 14. Gniezno - kl franciszkań., 15. Gniezno - Muzeum PPP, 16. Kalisz - Muzeum Okręgowe, 17. Kalisz - Katedra, 18. Kalisz - Rez. Archeol., 19. Żnin, 20. Biskupin - Rez. Archeol., 21. Biskupin - Muzeum Archeol., 22. Giecz - Rez. Archeol., 23. Giecz - kościół, 24. Konin, 25. Łąk, 26. Pobiedziska - Skansen Miniatur, 27. Strzelno - kl. św. Trojcy, 28. Strzelno - kl. św. Prokopa, 29. Mogilno, 30. Łekno, 31. Wągrowiec - Muzeum Regionalne, 32. Wągrowiec - d. klasztor, 33. Grzybowo, 34. Włocławek - Katedra, 35. Włocławek - Muzeum HW, 36. Brześć Kuj., 37. Płocicz, 38. Kruszwica - Mysia Wieża, 39. Kruszwica - kolegiata, 40. Inowrocław.



Źródło: opracowanie własne na podstawie dokumentacji KAO (1-39)

Ryc. 31. Dostępność obiektów szlaku za pomocą publicznej komunikacji autobusowej



Źródło: opracowanie własne na podstawie dokumentacji KAO (1-39)

Natomiast jako *ograniczoną* dostępność za pomocą komunikacji autobusowej zdefiniowano taką, gdy odległość od najbliższego przystanku wynosi więcej niż 500m, a nie więcej niż 1500m lub gdy w przypadku odległości większej niż 1500 m istnieje możliwość dotarcia pojazdem komunikacji lokalnej (miejskiej) na odległość nie większą niż 500 m do obiektu. Taki stan stwierdzono w następujących obiektach: **Żnin** - Muzeum Ziemi Pałuckiej (850 m), **Pobiedziska** – Skansen Miniatur SP (700m), **Mogilno** - kościół i zespół pobenedyktyński, (1,5 km), **Wągrowiec** - Muzeum Regionalne (900 m), **Wągrowiec** – zespół pocysterski (1,2 km), **Brześć Kujawski** - Kościół św. Stanisława Bpa (600 m), **Kruszwica** - Kolegiata Św. Piotra i Pawła (1000 m).

Jako brak dostępności za pomocą komunikacji autobusowej zdefiniowano taki stan, gdy odległość od najbliższego przystanku autobusowego lub przystanku linii lokalnej łączącej z nim wynosi więcej niż 1500 m. Taki stan stwierdzono w następujących obiektach:

Strzelno – obydwie obiekty (1600 m), **Lekno** – stanowisko archeologiczne (4 km), Muzeum Pierwszych Piastów na Lednicy - **Wystawa Plenerowa** na Ostrowie Lednickim (1900m)- w tym ostatnim miejscu stwierdzono wprowadzić bliższy przystanek(w Dziekanowicach – wsi – 1000m), jednak jest on obsługiwany tylko sporadycznie.

Dostępność obiektów szlaku w komunikacji autobusowej zgodnie z przyjętymi kryteriami przedstawia **Rycina 31**.

2.5.6. Trasy alternatywne w ramach szlaku.

Badanie audytowe wykazało istnienie tylko jednej realnej (to jest wyznaczonej w terenie i oznaczonej fizycznie, a nie tylko opisanej w literaturze) alternatywnej trasy Szlaku Piastowskiego o ponadlokalnym zasięgu. Jest to Piastowski Trakt Rowerowy, prowadzący z Poznania równolegle do głównej trasy szlaku (wzdłuż tzw. „osi Kilarskiego”), jednak tylko na długości 104 kilometrów i kończący się na granicy Wielkopolski w podtrzemeszeńskiej wsi Izdby. Obok niego istnieje szereg tras lokalnych, przebiegających między obiektami szlaku i łączących je z innymi atrakcjami, jednak albo nie odpowiadających swojej „piastowskiej” dedykacji (jak lokalny szlak pieszy o nazwie Szlak Piastowski w powiecie żnińskim, który łączy miejscowości położone przy dawnym przebiegu szlaku, a tylko dwa jego rekomendowane obiekty) albo tematyzowanych na inne wątki kulturowe, przyrodnicze, albo też nie odniesionych do konkretnych atrakcji, a jedynie oferujących możliwość czynnego wypoczynku. Poza krótkim odcinkiem linii wąskotorowej w gminach Żnin i Gąsawa, mogącej być także uważaną za alternatywną trasę łączącą dwa obiekty szlaku, w jego przestrzeni nie są też wykorzystywane inne środki transportu niż kołowe.

Istnieje jednak szereg innych tras rowerowych, przebiegających w pobliżu obiektów Szlaku Piastowskiego i posiadających lepszy lub gorszy stan oznaczenia, stan utrzymania oraz funkcjonującą wzdłuż przebiegu infrastrukturę usługową, które po dodatkowym oznaczeniu jako trasy Szlaku Piastowskiego wymagałyby tylko niewielkich inwestycji (jak dodatkowe oznaczenia, wybudowanie niedługich odcinków osobnej trasy rowerowej) dla połączenia poszczególnych obiektów. W żadnym miejscu w przestrzeni szlaku poza Poznaniem (system Poznańskiego Roweru Miejskiego, ograniczony jednak do przestrzeni miasta) nie istnieje natomiast możliwość wypożyczenia roweru z opcją oddania go w innym miejscu szlaku, co poważnie ogranicza możliwość zwiedzania szlaku z wykorzystaniem tras alternatywnych oraz na sposób aktywny.

Podsumowanie: Kompleksowe badanie Szlaku Piastowskiego, przeprowadzone przez zespół pod kierownictwem autora opracowania potwierdziło w całej rozciągłości wnioski z badania zrealizowanego w roku 2010 [Mikos v. Rohrscheidt 2010a, s. 198-203], określające go jako system na poziomie organizacji szlaku realnego. Wysokiej koncentracji walorów antropogenicznych, wybitnej atrakcyjności w zakresie deklarowanego profilu oraz stosunkowo dobrze, choć nierównomiernie rozwiniętej infrastrukturze turystycznej towarzyszy brak spójnego programu prezentacji i interpretacji dziedzictwa, znikoma ilość złożonych produktów lokalnych skierowanych do turystów, nikły poziom współpracy obiektów i innych podmiotów oraz mało efektywny model koordynacji szlaku, realizowanej w zbyt małym zakresie. Całościowa propozycja modyfikacji systemu, obejmująca także wskazane powyżej szczegółowe problemy wymagające rozwiązania, została zawarta w Rozdziale 4 niniejszego opracowania.

Rozdział 3.

Turyści na Szlaku Piastowskim. Profile, zachowania, opinie

Wstęp

Na pełny obraz aktualnego potencjału i stanu Szlaku Piastowskiego jako produktu turystycznego składa się także wiedza na temat jego aktualnych odbiorców oraz ich opinia. Dodatkowa wiedza o turystach, ich pochodzeniu, strukturze demograficznej, preferencjach, typowych zachowaniach, skali wydatków podczas wypraw, a przede wszystkim o ich ocenie zwiedzanych atrakcji może być wykorzystana zarówno w ramach planowania strategii rozwoju szlaku, jak i uzupełniania oferty lokalnej oraz doboru kanałów i sposobów promocji systemu i poszczególnych obiektów. Takiej wiedzy mogły dostarczyć wyłącznie badania turystów jako konsumentów oferty szlaku. W niniejszym rozdziale ich wyniki zostają zestawione oraz poddane analizie. W części empirycznej rozdział jest w całości oparty na wynikach badania, opisanego w metodologicznej części opracowania (rozdział 1.6.3.) i zamieszczonych w raporcie sporządzonym przez autora [*Raport z badań turystów w obiektach SP 2012*]. Trzy kolejne części rozdziału zawierają wyniki i ewaluację badań respondentów (w sumie: 2061 osób), w podziale na trzy grupy wyselekcjonowane zgodnie z przyjętą metodologią: turystów zwiedzających szlak jako ofertę tematyczną (TS), turystów zwiedzających pojedyncze obiekty szlaku (TO) oraz osoby z bliskiej okolicy zwiedzające pojedyncze obiekty (OO).

3.1. Profil, zachowania i opinie turystów kulturowych zwiedzających Szlak Piastowski jako linearny tematyczny system penetracji turystycznej

Kwestionariusz „Long”, dotyczący turystów zwiedzających szlak (TS) wypełniło 508 osób. Ta właśnie grupa stanowi całość próby (100 procent badanych) dla podawanych wyników w każdym miejscu, gdzie odpowiedź jest udzielana przez wszystkich ankietowanych, a nie dzielona na poszczególne grupy według kryteriów wieku lub wykształcenia. Jeśli w tabeli odpowiedzi na któreś z pytań wszystkie udzielone odpowiedzi nie sumują się do 100 procent, oznacza to, że brakujący odsetek odnosi się do osób, które nie udzieliły odpowiedzi na dane pytanie lub udzieliły takiej, która nie mogła być prawidłowo sklasyfikowana (np. zakreśliły 2 lub 3 sprzeczne z sobą odpowiedzi tam, gdzie oczekiwana była tylko jedna).

W przypadku niektórych pytań, kluczowych dla najważniejszych celów analitycznych pracy, dokonano dodatkowo skrzyżowania uzyskanych odpowiedzi na pytanie z danymi metryczkowymi dotyczącymi wieku respondentów oraz ich wykształcenia. Wyniki tych obliczeń zostały włączone do treści rozdziału tylko w tych przy-

padkach, w których są one przedmiotem komentarza i stanowią podstawę dla formułowania wniosków oraz postulatów w odniesieniu do przebudowy szlaku i jego oferty (por. rozdział 4). Niemniej także pozostałe uzyskane wyniki mogą posłużyć za podstawę dla późniejszych rozszerzonych analiz. Dlatego autor zdecydował się dołączyć je do pracy w formie załącznika (Załącznik 11, Grupa „L”). Fakt zamieszczenia szczegółowych wyników w tym załączniku jest każdorazowo sygnalizowany pod komentarzem do prezentowanych wyników.

3.1.1. Moduł A - Selekcja:

Odpowiedzi na pytanie **A.1.**, brzmiące „*Gdzie znajduje się Pana/Pani aktualne miejsce zamieszkania?*” w tej grupie ankietowanych wypadły następująco: na terenie innego powiatu tego samego województwa zamieszkuje 25,8% odpowiadających, w innym województwie 69,6%, natomiast poza granicami Polski: 4,6%. Pozwala to jednoznacznie stwierdzić, że na dzień dzisiejszy Szlak Piastowski jako oferta tematycznego zwiedzania jest wykorzystywany niemal wyłącznie przez turystów polskich, przy czym wyraźnie przeważają osoby pochodzące z regionów innych niż ten, w którym znajdują się zwiedzane atrakcje.

Na pytanie **A.2.** („*Czy był Pan/Pani wcześniej w tym miejscu?*”) twierdząco odpowiedziało 42,2% osób z tej grupy, przecząco 56,8 % osób, natomiast 1% nie udzieliło odpowiedzi. Z odpowiedzi wynika, że znaczna grupa osób odwiedza szlak lub przynajmniej jego niektóre obiekty kilkakrotnie.

Na pytanie **A.3.**: „*Czy podczas tej podróży zwiedził/a Pan/i już inne obiekty Szlaku Piastowskiego lub podczas ma zamiar jeszcze je zwiedzić?*” 73,7 % ankietowanych odpowiedziało, iż zwiedziło już kilka obiektów szlaku, 16,9 %, że zwiedziło wszystkie lub prawie wszystkie, wreszcie 9,4% zadeklarowało, że wprawdzie jeszcze nie zwiedziło innych obiektów, ale mają zamiar to zrobić w trakcie wyprawy.

Odpowiedź, stwierdzająca, że ankietowany zwiedzał wszystkie lub prawie wszystkie obiekty Szlaku Piastowskiego w kontekście ilości obiektów (39) i stwierdzonego czasu trwania przeciętnej pojedynczej wyprawy turystycznej należy w znacznej części przypadków interpretować raczej jako subiektywne odczucie pytanego wynikające z jego stanu wiedzy o ofercie szlaku niż jako fakt, jednak potwierdza ona jego zaangażowanie w zwiedzanie systemu.

3.1.2. Moduł B - Motywacje:

W ramach modułu B określone były motywacje turystów do podjęcia wyprawy i odwiedzin w konkretnym obiekcie.

Kolejne stwierdzenia pytania **B.1.**, wymagające ustosunkowania się ankietowanego zostały wprowadzone przez pytanie o treści „*Jak określił(a)by Pan/i trafność poniż-*

szych stwierdzeń?”. Odpowiedzi mogły być udzielane w skali pięciopunktowej, przy czym wskazanie punktu najniższego (1) oznaczało uznanie sugerowanego stwierdzenia za całkowicie nieprawdziwe, zaś wskazanie najwyższego wskazywało na jego najwyższą trafność, czyli określało wysoką skalę zaangażowania odpowiadającego w działanie lub doświadczenie określone w stwierdzeniu.

I tak, podane w pytaniu **B.1.1.** stwierdzenie o treści „*Odwiedzam to miejsce, aby nauczyć się czegoś nowego*” określało stosunek turysty do treści i przedsięwzięć o charakterze edukacyjnym i jego otwartość na nową wiedzę. W przypadkach zano-towania najwyższych ocen można wnioskować o wyraźnych preferencjach o charakterze edukacyjnym, które dla danego respondenta mogły być głównym impulsem do podjęcia wyprawy po szlaku. Odpowiedzi w badanej grupie rozłożyły się następująco: Poziom 5 wskazało 43,2% pytanych, poziom 4 – 31,8%, poziom 3: 15,4%, poziom 2 – 5,2%, poziom 1 – 4,0%, odpowiedzi odmówiło: 0,4%. Znacząca ilość wskazań najwyższych, udzielonych przez ponad 2/5 pytanych a także suma wskaza-nych czwórek i piątek, wynosząca dokładnie $\frac{3}{4}$ badanych z tej grupy pozwala stwierdzić, że motywacja o charakterze edukacyjnym, a przynajmniej otwartość na przy-swojenie nowej wiedzy stanowią typową ich cechę i mogą być zasadniczym moty-wem do podjęcia wyprawy turystycznej. Względną jednolitość tej grupy pod wzglę-dem otwartości na powiększanie wiedzy potwierdza także niska liczba odpowiedzi na poziomie 1, udzielonych przez zaledwie 4% badanych, przy niewiele wyższym od-setku wskazań na poziomie 2 – których było niewiele więcej.

W pytaniu **B.1.2.** zawarte było stwierdzenie „*Odwiedzam to miejsce w celach roz-rywkowych*”. W ocenie trafności stwierdzenia uzyskano następujący rozkład odpo-wiedzi: Poziom 5 wybrało 22,0% respondentów, poziom 4 – 17,2%, poziom 3 – 24,2%, poziom 2 – 16, 4%, poziom 1 – 19,4%, natomiast odpowiedzi nie udzieliło 0,8%. Oznacza to względnie równomierny rozkład odpowiedzi w tym zakresie bada-nia. Najwyższa ilość udzielonych wskazań (niemal $\frac{1}{4}$) przypadła na poziom 3, czyli środkowy w skali, oznaczający ich relatywne niezdecydowanie. Kolejny odsetek wskazań (22%) przypadł wprawdzie na ocenę najwyższą, jednak już następny (ponad 19%) na najniższą. Jednocześnie zarówno ocena 4., jak i 2, określające względnie wyraźne deklaracje zainteresowania rozrywką bądź jego braku wskazywano stosun-kowo często, bo odpowiednio w ponad 17 % i ponad 16% przypadków. Taka struk-tura odpowiedzi oznacza, że turyści podróżujący po Szlaku Piastowskim nie są jed-noznacznie ukierunkowani na udział w imprezach o charakterze rozrywkowym, i – jakkolwiek jest wśród nich widoczna grupa osób poszukujących takich doznań – wielu z nich nie jest nimi zainteresowanych. Większość z badanych zapewne chętnie

zaakceptuje elementy rozrywki w ofercie szlaku i zwiedzanych obiektów, niemniej to nie one stanowią dla nich najważniejszy impuls do podjęcia wyprawy.

Pytanie **B.1.3.**, które wprowadzało do oceny stwierdzenie o treści „*Pragnę dowiedzieć się więcej na temat kultury lub historii Polski/Wielkopolski*”, zmierzało do ustalenia poziomu koncentracji turystów bezpośrednio na profil tematyczny Szlaku Piastowskiego i stopnia ich zorientowania na doświadczenia i treści z nim związane. Oceny trafności stwierdzenia przez badanych wypadły następująco: Poziom 5 wskazało 57,6% turystów, poziom 4 – 28,4%, poziom 3 – 7,8%, poziom 2 – 2,4%, poziom 1 – 3,4%, odpowiedzi nie udzieliło 0,4%. Wyniki te wskazują, że turyści podróżujący po Szlaku Piastowskim są bardzo mocno zorientowani na jego tematykę (suma odpowiedzi udzielonych w obu górnych punktach skali wynosi 86%). Ta cecha charakteryzuje ich względnie jednolicie (tylko niecałe 6% wskazuje w tej kwestii obie najniższe odpowiedzi), a dla niemal połowy z nich, wskazujących na najwyższy poziom aprobaty dla ocenianego stwierdzenia uświadamiana chęć konfrontacji z dziedzictwem kulturowym prezentowanym przez szlak mogła być nawet głównym wyzwalaczem decyzji o jego zwiedzeniu.

Pytanie **B.1.4.**, przedkładając do oceny stwierdzenie „*Pragnę poczuć atmosferę tego miejsca*” miało na celu określenie skali ukierunkowania turystów na osobiste doświadczenie konfrontacji z konkretnymi materialnymi i niematerialnymi świadectwami dziedzictwa, unikalnymi cechami miejsc i budowli, także przekazami otrzymywanymi „in situ”.

Ocena trafności tego stwierdzenia przez turystów wypadła następująco: na poziomie 5- 46,2% wskazań, na poziomie 4 – 32,4%, na 3 – 16,2%, na 2 – 3,2%, na 1 – 1,6%, brak odpowiedzi – 0,4%. Ponieważ dwie najwyższe kategorie wskazało w sumie niemal 4/5 badanych, a jednocześnie na dwie najniższe oceny przypada zaledwie niespełna 5% wskazań, należy uznać, że również chęć osobistego doświadczenia autentycznego historycznego miejsca, w tym także ekskluzywnego przeżycia spotkania z historią lub dziedzictwem kulturowym przez nie reprezentowanym stanowi silnie uświadamiany element motywacji turystów na szlaku, a dla niemal połowy z nich może przełożyć się na główny impuls dla podejmowania (kolejnych) podróży.

W ostatnim pytaniu z tej grupy (**B.1.5.**) treść ocenianego stwierdzenia brzmiała: „*Nastawiam się głównie na zobaczenie tego miejsca*”. Jego celem było ustalenie zainteresowania konkretnymi atrakcjami w stosunku do całej propozycji systemu. Silna orientacja turystów na zwiedzenie poszczególnych pojedynczych atrakcji wzmacnia ich motywację do ich obejrzenia, jednak w ewentualnym powiązaniu ze słabszą kon-

centracją na tematyce szlaku jako całości może oznaczać mniejsze zainteresowanie systemem ofertą systemu i w efekcie powodować jego wybiórcze zwiedzanie.

Liczba wskazań dla poszczególnych poziomów akceptacji tego stwierdzenia wygląda następująco: na poziomie 5 – 28,4%, na 4 – 27,2%, na 3 – 23,6%, na 2 – 8,2%, na 1 – 12,2%, odpowiedzi nie udzieliło 0,4% pytanym. Stopień koncentracji turystów z tej grupy na konkretnych obiektach należy zatem ocenić jako stosunkowo wysoki (suma wskazań w obu najwyższych punktach skali wyniosła 55,6%), jednak nie jest on porównywalny z zainteresowaniem tej samej grupy tematyką szlaku. Wskazuje to na potencjalne możliwości pozyskania ich dla oferty przebudowanego systemu oraz zaakceptowania przez nich oferty ewentualnych tras przekrojowych.

Odpowiedzi udzielone w tym module skonfrontowano z danymi metryczkowymi, dzięki czemu można poznać skalę koncentracji poszczególnych grup wiekowych badanych turystów na kolejnych wskazanych w pytaniach potencjalnych impulsach, mogących stanowić motywacje do podjęcia wycieczki, a także relację między poziomem posiadanego wykształcenia a stosunkiem do poszczególnych „wyzwalaczy” aktywności turystycznej, uwzględnionych w pytaniach. Ponieważ wyniki nie wskazują na znaczące różnice, wynikające z wieku lub wykształcenia, odstąpiono od ich szczegółowego komentowania, a ich zestawienia w formie tabel zamieszczono w Załączniku 11 (Tabele L.B.2.1. i L.B.2.2.).

W pytaniu **B.2.**, którego treść brzmiała „*Jaki jest główny cel Pani/Pana przyjazdu do tego miejsca?*”, odpowiadający mogli wybrać jedną lub maksymalnie dwie odpowiedzi. Celem tego ograniczenia było ustalenie rzeczywistego kontekstu znalezienia się danej osoby w tym miejscu na Szlaku Piastowskim, w którym ankietowany wziął udział w badaniu. Zebrane odpowiedzi z jednej strony mogą stanowić materiał uzupełniający pozyskaną w poprzedniej serii pytań wiedzę o ogólnych motywacjach turystów, wynikających z ich zainteresowań i preferencji, z drugiej - pomóc ustalić najsilniejsze impulsy, bezpośrednio wpływające na decyzje o aktywności turystycznej ukierunkowanej na Szlak Piastowski i jego poszczególne obiekty. Ewaluacja odpowiedzi na to pytanie może też być pomocna w określeniu kontekstu podróży, w szczególności w ustaleniu, w jak dużej grupie przypadków jest to wycieczka ukierunkowana tematycznie i realizująca program pobytu imiennie na Szlaku Piastowskim, a w ilu jej celem jest raczej zwiedzenie określonej grupy atrakcji, przynajmniej częściowo zaliczających się do obiektów szlaku, uczestnictwo w imprezach kulturalnych organizowanych w jego przestrzeni, albo też czy istnieją inne decydujące motywy wyjazdu, nie zaliczane bezpośrednio do typowych impulsów aktywności turystyczno-kulturowej. Należy jednak zauważyć, że także w przypadku wyboru opcji urlopu/wakacji mogłoby się okazać, że formą tych akacji jest właśnie zwiedzanie

Szlaku Piastowskiego lub inna aktywność turystyczno-kulturowa, dlatego kolejne pytanie modułu B będzie służyło wyodrębnieniu tej grupy. Tabela 13 ukazuje rozkład odpowiedzi na omawiane pytanie.

Tabela 13. Główny cel odwiedzin w obiekcie (TS)

B.2: cel wycieczki	%	
Wakacje / urlop spędzany tutaj (proszę przejść do pytania B3)	43.3%	Niemal 30% procent zwiedzających liczniejsze obiekty Szlaku Piastowskiego czyni to w formie wycieczki (zbiorowej lub indywidualnej), zatem w wyniku świadomie przyjętego planu lub nawet realizując wykupiony program. Większa grupa badanych, bo niemal 40%, zwiedza obiekty szlaku nie tyle jako kolejne ogniwa linearnej propozycji tematycznej, co jako miejsca ciekawe i atrakcyjne, interesujące ich z różnych powodów. Najwięcej ankietowanych wskazuje na urlop lub wakacje jako powód znalezienia się w przestrzeni szlaku – ta grupa zostanie zapytana bardziej szczegółowo o formę tego urlopu. Tylko nieco ponad 6% zwiedzających obiekty znalazło się tam z powodu uczestnictwa w imprezach kulturalnych. Prawie 12% wykorzystuje ofertę szlaku podczas swojej wizyty u krewnych lub przyjaciół. Natomiast znikoma część zwiedzających kilka lub więcej obiektów szlaku dokonuje tego w ramach innego rodzaju wyjazdu (w sumie tylko 1.6%). Fakt realizowania przez niemal jedną trzecią zwiedzających szereg obiektów nabytej w formie gotowej oferty lub przynajmniej zaplanowanej wycieczki po szlaku jako głównego celu swojego wyjazdu można uznać za aktualny wskaźnik oddziaływania efektu synergii wytwarzanego przez funkcjonowanie Szlaku Piastowskiego jako systemu powiązanych obiektów i propozycji. Wydaje się to wynikiem relatywnie dobrym i określa moc marki szlaku. Jednocześnie jednak istnienie jeszcze liczniejszej, bo niemal 40-procentowej grupy turystów, realizujących prymarnie wycieczki do szeregu obiektów traktowanych odrębnie jako atrakcje, bez wiązania tych wizyt z tematyką szlaku ukazuje względnie słabą popularyzację oferty i marki szlaku, a także potwierdza pozyskaną już w ramach pytania B.1.5 wiedzę o silnej koncentracji wielu badanych na niektóre typy obiektów. Na uwagę zasługuje bardzo nieliczna ilość wskazań na imprezy kulturalne jako powód znalezienia się badanych obiektach szlaku. Wynik ten ukazuje niewielką skalę oddziaływania eventów organizowanych w przestrzeni Szlaku Piastowskiego na
Zwiedzanie poszczególnych konkretnych atrakcji kulturowych	39.8%	
Zwiedzanie Szlaku Piastowskiego jako grupy miejsc/obiektów	29.1%	
Wizyta u krewnych lub przyjaciół	11.8%	
Uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych	6.3%	
Wydarzenia sportowe	0.8%	
Biznes lub konferencja	0.4%	
Inny	0.4%	
brak odpowiedzi	0.4%	
Zakupy	0%	

wielkość ruchu turystycznego na szlaku i wydaje się stanowić wyzwanie tak dla koordynatorów szlaku, jak i administratorów obiektów oraz władz lokalnych.

Zamieszczone w Załączniku 11 Tabele L.B.2.1. i L.B.2.2. szczegółowo obrazują wzajemną zależność deklarowanych celów pobytu w przestrzeni szlaku oraz wieku i wykształcenia turystów.

Pytanie **B.3.** („Jeśli jest Pan/Pani na WAKACJACH/ URLOPIE, jaki to rodzaj wakacji?”) było skierowane wyłącznie do grupy osób, która w poprzednim pytaniu zazna-czyła wakacje bądź urlop (a zatem dłuższą, z definicji wielodniową postać wyjazdu turystycznego) jako realizowaną przez siebie formę wyjazdu. Celem zadania pytania było ustalenie, jakie formy organizacji wyjazdu są najbardziej popularne wśród osób przebywających dłużej w przestrzeni Szlaku Piastowskiego, co może pomóc w przygotowaniu dla grup szczególnie licznych oferty adekwatnej do ich preferencji spędzania czasu wolnego, to jest najlepiej wpisującej zwiedzanie szlaku w wybrany przez nich sposób wypoczynku. Wśród form spędzania urlopu uwzględniono szereg aktywnych form zwiedzania, typowych dla turystów motywowanych kulturowo i zainteresowanych kulturowo (zatem świadomie od początku określających plan swojej podróży i realizujących go samodzielnie bądź w ramach zorganizowanej wycieczki). Jest wśród nich także opcja zwiedzania Szlaku Piastowskiego jako formy urlopu (wyjazdu wakacyjnego) oraz wycieczki objazdowe, inne pobyty o charakterze kulturowym, wycieczki do konkretnej miejscowości. Pytanie służy tym samym również ostatecznemu wyodrębnieniu i ustaleniu liczebności w grupie zwiedzających szlak osób, których wizyty w obiektach Szlaku Piastowskiego odbywają się w ramach urlopu lub wakacji, wypoczynku biernego lub aktywnego, turnusów zdrowotnych, wakacji ukierunkowanych na kontakt z przyrodą lub jeszcze innych przedsię-

Tabela 14. Rodzaj realizowanego wyjazdu (TS)

B.3.: rodzaj wakacji	%
Formą urlopu/wakacji jest zwiedzanie Szlaku Piastowskiego	19.8%
Wypoczynkowe	18.6%
Inna wycieczka objazdowa	16.4%
Kulturowe wakacje innego rodzaju	8.8%
Edukacyjne	7.8%
Wycieczka do konkretnej miejscowości	7.3%
Na łonie natury / ekoturystyczne	5.7%
Aktywne-usportowione	4.4%
Brak odpowiedzi	4.1%
Zdrowotne (w tym wellness)	3.9%
Wiejskie / agroturystyka	2.6%
Inne	0.6%

wzięć. Wskazujących te odpowiedzi należałoby zaliczyć raczej do grupy turystów przyciąganych kulturowo i przyjąć, że ich wizyta w kilku lub nawet liczniejszych obiektach szlaku jest raczej konsekwencją późniejszej decyzji, podjętej przy okazji realizowania innego celu głównego, klasyfikowanego w ramach innych niż kulturowa form turystyki.

Z rozkładu odpowiedzi na pytanie, przedstawionego w **Tabeli 14** wynika, że dla niemal jednej piątej osób spędzających wakacje w przestrzeni Szlaku Piastowskiego zwiedzanie jego obiektów jest głównym deklarowanym sposobem aktywności na miejscu pobytu, można więc przyjąć, że stanowiło także główny lub jeden z głównych motywów wyboru tego właśnie obszaru jako destynacji wakacyjnego wyjazdu. Wskazuje to na istotną rolę Szlaku Piastowskiego (lub jego obiektów jako znacznego i znanego w skali kraju nagromadzenia atrakcji) w generowaniu także ruchu turystycznego nie odbywającego się w ramach wycieczek organizowanych lub podejmowanych z deklarowanym celem tematycznego zwiedzania. Niewiele mniejsza grupa respondentów spędzających wakacje w przestrzeni szlaku deklaruje jako główne cele wypoczynkowe. Do tej grupy można zaliczyć także (z uwzględnieniem ich specyficznych preferencji) kolejne ponad 8% turystów, wybierających wakacje „ekologiczne” lub spędzane w środowisku wiejskim. Znacząca grupa osób (około jednej szóstej spędzających wakacje w ten sposób) zwiedza Szlak Piastowski lub przynajmniej szereg jego obiektów w ramach wycieczki objazdowej innego typu niż tematyczna wycieczka po szlaku. Może to oznaczać, że oferta szlaku jest dość często wykorzystywana dla realizacji innych wyjazdów o pokrewnej tematyce, ale ich organizatorzy (lub uczestnicy prywatnych wyjazdów) z różnych względów nie posługują się nazwą szlaku lub nie kojarzą faktu zbieżności swojej listy celów ze szlakiem. Wskazuje to na słabe rozpowszechnienie marki szlaku wśród turystów krajowych lub przekonania o jej niewielkim oddziaływaniu promocyjnym w opinii rodzimych touroperatorów.

3.1.3. Moduł C - Preferencje turystyczne:

W ramach modułu C ustalone były ogólne preferencje turystyczne badanych. Celem poszczególnych pytań było określenie zainteresowań odnoszących się do tematyki wakacji kulturowych i jednocześnie zidentyfikowanie bezpośredniej konkurencji dla Szlaku Piastowskiego jako systemu tematycznego zwiedzania (temu służyło pytanie o preferowane szlaki tematyczne), określenie skali zainteresowania turystyką regionalną i zbadania pozycji polskich regionów (w tym Wielkopolski) jako destynacji turystyki kulturowej w konkurencji z innymi atrakcyjnymi kulturowo obszarami w Europie, wreszcie pozyskanie wiedzy o preferowanych typach zwiedzanych obiektów lub wydarzeń, w których turyści szczególnie chętnie byliby skłonni uczestniczyć. Wyniki odpowiedzi na to ostatnie pytanie mogą być pomocne na etapie ewentualnych działań koncepcyjnych zmierzających do modyfikacji struktury obiektów Szlaku Piastowskiego, przy ewentualnym wprowadzaniu kolejnych obiektów wykreowanych dla potrzeb turystyki oraz przy organizacji nowych eventów w przestrzeni

szlaku. Pytania tego modułu były zadawane całej grupie osób wypełniających kwestionariusz „Long”.

Rozkład odpowiedzi na pytanie C.1. („Proszę zaznaczyć 5 szlaków, które w Pana/Pani opinii są najlepsze do odbycia wakacji kulturowych”) w kolejności najliczniejszych wskazań prezentuje **Tabela 15.**:

Tabela 15. Szlaki kulturowe preferowane przez turystów (TS)

Nazwa szlaku, lokalizacja	%	Nazwa szlaku, lokalizacja	%
Szlak Zamków Krzyżackich (Pomorze, Mazury)	46.1%	Szlak Napoleona (Francja południowa)	14.2%
Szlak Orlich Gniazd (Małopolska, Śląsk)	41.7%	Złoty Szlak (Bawaria/Czechy)	14.2%
Szlak Architektury Drewnianej (Małopolska)	29.5%	Droga Świętego Jakuba (Europa)	13.4%
Pomorski Szlak Bursztynowy (Pomorze)	25.2%	Szlaki Dziedzictwa Żydowskiego (Europa)	12.2%
Szlak Wikingów i Normanów (Europa Północna)	20.5%	Małopolski Szlak Papieski	11.4%
Szlak Cysterski (w Polsce)	20.5%	Szlak Bajek (Niemcy)	10.2%
Szlak Kopernika (Warmia, Kujawy)	20.5%	Szlak Naftowy (Polska/Ukraina)	9.4%
Szlak Zabytków Techniki na Śląsku	20.8%	Szlak Dziedzictwa Przemysłowego (Anglia, Midlands)	7.5%
Szlak Gotyku Ceglanego (Europa Północna)	19.7%	Szlak Romański Saksonii Anhalckiej	7.5%
Szlak Parków i Ogrodów (Europa)	19.7%	Świętokrzyski Szlak Literacki	7.1%
Szlak Wina (Alzacja, Francja)	19.3%	Szlak Chasydzki (Polska)	6.7%
Szlak Latarni Morskich (Pomorze)	18.9%	Szlak Sera (Austria)	6.7%
Szlak Dziedzictwa Andaluzji (Hiszpania)	16.5%	Pirenejski Szlak Żelaza (Hiszpania)	5.5%
Szlak Tatarski (Podlasie)	16.1%	Romantische Strasse (Niemcy)	4.3%
Lubuski Szlak Wina i Miodu	15.2%	brak odpowiedzi	1.6%
		Inny	1.2%

Uzyskane wyniki pozwalają na stwierdzenie, że bezpośrednią konkurencją dla Szlaku Piastowskiego wśród konsumentów jego oferty są aktualnie polskie (cztery pierwsze wskazania i aż siedem w pierwszej dziesiątce) a nie zagraniczne szlaki tematyczne. Jednocześnie można zaobserwować stosunkowo silną koncentrację turystów zwiedzających Szlak Piastowski na (polskich) systemach eksploatujących dziedzic-

two historycznej architektury, jednak przede wszystkim obronnej (dwa pierwsze wskazane szlaki, które zebrały każdy po ponad 40% wskazań, obejmują wyłącznie zabytki tego rodzaju), jednak także inne rodzaje architektury mają liczne grono zwolenników (Szlak Architektury Drewnianej – niemal 30 % wskazań, Szlak Gotyku Ceglanego – prawie 20%). Następne na liście preferencji, jednak ze sporym dystansem do pierwszej grupy plasują się szlaki eksploatujące dziedzictwo techniki (najpopularniejszy polski system tego rodzaju na Śląsku uzyskał nieco ponad 20 %, kolejny - Szlak Latarni Morskich – niemal 19%). Następne grupy systemów zdobyły porównywalną liczbę wskazań. Relatywnie liczne grono zwolenników posiadają w tej grupie badanych szlaki biograficzne (Szlak Kopernika ponad 20%, Szlak Napoleona - około 14%, Małopolski Szlak Papieski – ponad 11%), podobnie znaczącą liczbę wskazań uzyskały szlaki o charakterze etnicznym (Szlak Wikingów i Normanów - ponad 20%, Szlak Tatarski - ponad 16%, Szlak Dziedzictwa Żydowskiego - ponad 12%). Podobną skalą zainteresowania cieszą się propozycje przyrodnicze (Szlak Parków i Ogrodów - 19,7%), oraz historyczne szlaki handlowe (Szlak Bursztynowy – nieco ponad 25 %, Złoty Szlak - ponad 14%). Natomiast stosunkowo niewielką popularność zdobyły szlaki kulinarne (pierwszy: Lubuski Szlak Wina i Miodu ponad 15% wskazań, kolejny Szlak Sera - nieco ponad 7%), o tematyce religijnej (Cysterski - ponad 20%, Droga Świętego Jakuba – ponad 13%), nie mają też zbyt wielu zwolenników szlaki eksponujące dziedzictwo niematerialne, w tym literackie: (odpowiednio po 10% i 7%). Jedyne w grupie prezentowanych szlak eksponujące wprost dziedzictwo historyczne i kulturalne regionu (Andaluzji) uplasował się mniej więcej w środku listy preferencji, uzyskując 16.5 % wskazań. Oznacza to, że polscy turyści kulturowi jak dotychczas bardziej skłonni są zaakceptować ofertę szlaków monotematycznych, proponujących spotkanie z określonym, materialnym aspektem dziedzictwa kulturowego, niż zwiedzanie multitematyczne, koncentrujące się bardziej na obszarze i różnorodnych przejawach jego dziedzictwa i kulturowej tożsamości. Zamieszczone w Załączniku 11 Tabele L.C.1.1. i L.C.1.2. szczegółowo obrazują wzajemną zależność deklarowanych preferencji oraz wieku i wykształcenia turystów.

Pytanie C.2. sformułowane było następująco: „*Proszę zaznaczyć 5 regionów, które w Pana/Pani opinii są najlepsze do odbycia wakacji kulturowych*”. Poniższa **Tabela 16.** obrazuje rozkład odpowiedzi badanych.

Tabela 16. Regiony preferowane jako cele wyjazdów turystycznych (TS)

Region	%	Region	%
Wielkopolska	32.8%	Podkarpacie	14.4%
Mazury	32.2%	Podlasie	13.8%
Kresy (Ukraina)	28.2%	Prowansja	13.6%
Małopolska	27.6%	Szkocja	12.6%
Dolny Śląsk	26.8%	Saksonia	12.4%
Toskania	25.8%	Tyrol (Austria)	11.2%
Pomorze Gdańskie	24.4%	Burgundia	10.4%
Andaluzja	23.8%	Lubelszczyzna	10.2%
Krym	22.6%	Obszar Renu Środkowego	8.6%
Świętokrzyskie	18.8%	Morawy	7.8%
Kujawy	17.8%	Mazowsze	7.4%
Bawaria	17.4%	Devonshire	6.2%
Katalonia	17.4%	Bornholm	5.8%
Wileńszczyzna	17.2%	Brabant	1.8%
Normandia	16.4%	Inny	1.2%
		brak odpowiedzi	0.2%

Regiony preferowane przez zwiedzających Szlak Piastowski jako cele wyjazdów turystycznych to przede wszystkim obszary położone w Polsce. W grupie dziesięciu najczęściej wskazywanych jest ich sześć, w tym dwa uplasowane najwyżej, z ponad 30% wskazań. Są to Wielkopolska i Mazury. Czołowa pozycja Wielkopolski i stosunkowo wysoka (11) pozycja Kujaw mogą wprawdzie częściowo wynikać z kontekstu odbywanej podróży (respondenci wypełniali kwestionariusze na terenie Wielkopolski lub Kujaw, będąc zapewne pod wrażeniem zwiedzanych obiektów), niemniej obecność Małopolski, Dolnego Śląska Pomorza Gdańskiego oraz Świętokrzyskiego w grupie obszarów najczęściej wybieranych potwierdza silne ukierunkowanie badanych na własny kraj. Regionem położonym poza granicami, który uzyskał największą liczbę wskazań (ponad 28%) i trzecią lokatę jest obszar dawnych polskich Kresów (co także może wynikać z zainteresowania rodzimą historią i własnym dziedzictwem kulturowym). Dopiero na dalszych miejscach (szóstym oraz ósmym) znajdują się typowe europejskie destynacje turystyki dziedzictwa kulturowego: Toskania (nieco ponad 25% wskazań) i Andaluzja (niecałe 24%), co mniej więcej odpowiada ogólnym preferencjom turystów zainteresowanych kulturowo w innych krajach Europy. Obecność w pierwszej dziesiątce wskazywanych regionów Krymu (22.6%) - obszaru raczej mniej znanego innym turystom europejskim – można zapewne wytłumaczyć silniejszymi związkami Polski z Ukrainą oraz częstszymi wyjazdami Polaków na te tereny, co skutkuje większą ilością doświadczeń turystycznych i nieco lepszą znajomością tamtejszych atrakcji. Stosunkowo nisko na liście preferencji (w dolnej dziesiątce) znajdują się kulturowo atrakcyjne regiony w innych krajach

sąsiadujących z Polską (Bornholm, Morawy, Ren Środkowy, Saksonia), co może świadczyć zarówno o niewielkiej znajomości tych terenów przez polskich turystów, jak i o ich niewystarczającej promocji turystycznej i ofercie wyjazdu dostępnej w naszym kraju.

Poniższe **tabele (17 i 18)**, będące wynikiem skrzyżowania odpowiedzi na pytanie C.3. i danych metryczkowych, obrazują preferowane destynacje turystyczne w rozbi-
ciu na poszczególne grupy wiekowe oraz w relacji do posiadanego wykształcenia. Tłustym drukiem zaznaczono regiony o najwyższej liczbie wskazań w danej grupie.

Tabela 17. Preferowane regiony w zależności od wieku (TS)

region /wiek	do 15	16-19	20-29	30-39	40-49	50-59	pow. 60
Mazowsze	75%	11.1%	6.8%	6.0%	1.7%	14%	6.9%
Kresy (Ukraina)	62.5%	22.2%	35.6%	24.2%	28.3%	24%	27.6%
Mazury	50%	27,7%	27.1%	34.1%	18.3%	52%	51.7%
Małopolska	50%	22.2%	20.3%	36.4%	21.7%	38%	31.0%
Podkarpacie	50%	22.2%	11.8%	9.1%	11.7%	12%	34.5%
Tyrol (Austria)	50%	2.7%	8.5%	9.1%	16.7%	16%	6.9%
Wielkopolska	25%	27.7%	39.%	38.6%	26.7%	28%	31.0%
Kujawy	25%	22.2%	16.9%	15.2%	21.7%	12%	17.2%
Pomorze Gdańskie	25%	24.9%	23.7%	31.8%	23.3%	20%	20.7%
Andaluzja	12.5%	22.2%	25.4%	15.2%	31.7%	28%	17.2%
Obszar Renu Środkowego	12.5%	5,5%	10.8%	4.6%	13.3%	12%	6.9%
Prowansja	0%	0%	18.6%	10.6%	16.7%	8%	10.3%
Brabant	0%	11.1%	1.7%	1.5%	1.7%	4%	0%
Burgundia	0%	0%	8.5%	10.6%	20%	0%	6.9%
Dolny Śląsk	0%	33.3%	30.5%	27.3%	18.3%	34%	34.5%
Lubelszczyzna	0%	0%	10.2%	10.6%	13.3%	4%	13.8%
Bawaria	0%	35.0%	16.9%	18.2%	15%	24%	13.8%
Normandia	0%	22.2%	22.0%	8.2%	21.7%	8%	0%
Devonshire	0%	5,5%	5.1%	6.1%	5%	12%	6.9%
Toskania	0%	38.8%	22.0%	22.7%	38.3%	26%	13.8%
Szkocja	0%	22.2%	6.8%	16.7%	13.3%	12%	6.9%
Morawy	0%	11.1%	13.6%	6.1%	5%	8%	6.9%
Krym	0%	22.2%	25.4%	21.21%	21.7%	23%	20.7%
Bornholm	0%	0%	6.8%	7.6%	8.3%	0%	3.5%
Katalonia	0%	33.3%	22.0%	13.6%	21.7%	8%	13.8%
Wileńszczyzna	0%	15.5%	15.3%	18.2%	13.3%	20%	27.6%
Podlasie	0%	11.1%	11.9%	16.7%	11.7%	16%	13.8%
Świętokrzyskie	0%	5,5%	8.5%	22.7%	26.7%	20%	17.2%
Saksonia	0%	27.7%	13.6%	7.6%	11.7%	10%	24.1%
Inny/ brak odpowiedzi	0%	2,7%	3.4%	0%	1.7%	0%	0%

Warto zauważyć, że w kwestii preferowanych regionów wybory poszczególnych grup wiekowych znacznie odbiegają od wyniku ustalonego ogólnie dla całej badanej grupy. I tak w grupie nastolatków, ale także w grupie osób będących w wieku ich rodziców na pierwszym miejscu lokuje się region zagraniczny (Toskania) i to z bardzo podobnym odsetkiem wskazań (powyżej 38%). Tymczasem dwie najstarsze grupy badanych dość zdecydowanie wskazują polski region (Mazury - powyżej 50% w obu grupach), dając mu znaczną, bo aż kilkunastoprocentową przewagę nad kolejnymi, zresztą także polskimi destynacjami (w grupie osób powyżej lat 60-ciu są to Podkarpacie i Dolny Śląsk, w grupie 50-59-latków – Małopolska i Dolny Śląsk).

Tabela 18. *Preferowane regiony zależnie od wykształcenia (TS)*

Region / wykształcenie	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Niepełne wyższe	Wyższe
Mazury	42.9%	64.3%	45.8%	30%	19.5%
Małopolska	39.4%	35.7%	24.1%	20%	30.5%
Katalonia	39.4%	14.3%	13.3%	23%	17.8%
Kujawy	35.9%	35.7%	18.1%	17%	14.4%
Kresy (Ukraina)	28.6%	21.4%	20.5%	26%	33.1%
Podkarpacie	28.6%	35.7%	7.2%	0%	18.6%
Bawaria	28.6%	28.6%	25.3%	16%	10.2%
Devonshire	25.1%	0%	4.8%	12%	5.1%
Wielkopolska	25.1%	14.3%	38.6%	34%	32.2%
Mazowsze	25.1%	14.3%	9.6%	8%	4.2%
Andaluzja	18.1%	7.1%	26.5%	35%	20.3%
Dolny Śląsk	18.1%	28.6%	21.7%	38%	28.8%
Tyrol (Austria)	14.4%	0%	12.2%	13%	11.9%
Normandia	14.4%	0%	16.9%	16%	18.6%
Toskania	14.4%	7.1%	19.3%	21%	35.6%
Krym	14.4%	42.9%	20.5%	8%	25.4%
Wileńszczyzna	14.4%	14.3%	7.2%	12%	27.1%
Podlasie	14.4%	7.1%	9.6%	16%	17.8%
Pomorze Gdańskie	14.4%	21.4%	33.7%	24%	20.3%
Saksonia	10.5%	0%	13.3%	17%	12.7%
Obszar Renu Środkowego	10.5%	14.3%	6.0%	25%	7.6%
Prowansja	7.1%	0%	15.7%	16%	14.4%
Brabant	3.5%	0%	1.2%	3%	2.5%
Burgundia	3.5%	0%	9.6%	8%	11.9%
Lubelszczyzna	0%	21.4%	9.6%	7%	11.0%
Szkocja	0%	7.1%	14.5%	8%	13.6%
Morawy	0%	7.1%	12.0%	8%	5.9%
Bornholm	0%	7.1%	10.8%	0%	4.2%
Świętokrzyskie	0%	35.7%	20.5%	11%	17.8%
Inny / brak odpowiedzi	0%	0%	1.2%	8%	0%

W grupach środkowych (20-29 i 30-39 lat) na pierwszym miejscu lokuje się Wielkopolska, z niewielką przewagą nad Kresami (w młodszej z tych grup) oraz Małopolską (w starszej). Różnice w preferencjach poszczególnych grup wiekowych wpływają zapewne z pozyskanych już przez średnie i najmłodsze pokolenia Polaków nowych doświadczeń turystycznych, które nie były udziałem większości osób z grup najstarszych. Z punktu widzenia turystyki kulturowej Polaków może to wskazywać na pewne trendy zakresie preferencji, które – o ile zostaną potwierdzone przez inne badania – powinny być przedmiotem refleksji i podejmowania określonych działań ukierunkowanych na kreowanie oferty bezpośrednio konkurującej z tą posiadaną przez wskazywane obszary.

W grupie najslabiej wykształconych preferowanym regionem są polskie Mazury, podobnie jest w grupach osób z wykształceniem zawodowym i średnim. W grupie osób z wykształceniem niepełnym wyższym największą liczbę wskazań uzyskał Dolny Śląsk, jednak z bardzo niewielką przewagą nad hiszpańską Andaluzją, natomiast w grupie najwyżej wykształconych (jako jedynej) pierwszym wyborem jest region zagraniczny: Toskania (35.6%), jednak tylko z niewielką, paroprocentową przewagą nad dwoma regionami Polski: Wielkopolską (32.5%) i Małopolską (30.5%). Dane te wskazują na powolne przesuwanie się preferencji turystycznych najlepiej wykształconych polskich turystów kulturowych w kierunku destynacji zagranicznych.

Pytanie **C.3.** brzmiało „*Proszę wskazać 5 typów obiektów/wydarzeń, wartych zwiedzenia lub uczestnictwa, do których najprędzej podjąłby Pan(i) podróż w ramach urlopu/wakacji lub wolnego weekendu*”. W **Tabeli 19.** zestawiono odpowiedzi na to pytanie.

Z analizy odpowiedzi na pytanie C.3. wynika, że wśród obiektów i świadectw materialnego dziedzictwa zwiedzający Szlak Piastowski wyraźnie preferują zabytki architektury. Są to ich pierwsze dwa wskazania, przy czym średniowieczne obiekty obronne zebrały niemal dwie trzecie głosów, natomiast prawie połowę - zabytkowe pałace. Spośród miejsc o znaczeniu historycznym na czoło na liście preferencji wysuwają się miejsca ważnych wydarzeń oraz pola bitewne.

Istotny dla kreatorów oferty szlaku może być fakt, że podróżujący po Szlaku niewielką wagę przywiązują do eventów poza jego tematem (festiwale teatralne i muzyczne lokują się na samym dole listy wskazań) i nie są zainteresowani uczestnictwem podczas podróży w czasie wolnym w typowych, systematycznych zajęciach edukacyjnych, nie odczuwają też silniejszej potrzeby korzystania z oferty handlowej wielkich miast ani nawet ich zwiedzania jako osobnych celów wycieczek (niecałe 9% wskazań). Fakt uplasowania się muzeów dopiero na 7, 8 i 9 miejscu listy prefe-

rencji nie powinien dziwić, ponieważ - w celu uzyskania dokładniejszego obrazu zainteresowań - placówki tego typu zostały zaprezentowane do wyboru w podziale na trzy różne profile, a dodatkowo odrębnie potraktowano skanseny. Wspólnie jednak muzea wszystkich trzech typów osiągają 82.8% wskazań, co - gdyby liczyć razem - dałoby im razem drugie miejsce, tylko o kilka promili poniżej lidera listy preferencji. Stosunkowo niską pozycję na liście (z nieco ponad 11% wskazań) uzyskały historyczne pomniki a jeszcze niższą miejsca martyrologii, co wydaje się wskazywać na powolne wyczerpywanie się we współczesnej turystyce atrakcyjności tego niegdyś mocno popularyzowanego wątku. Wśród preferowanych imprez najwyższą pozycję odnotowały festiwale filmu i kina (11% wskazań), następne w kolejności wydarzenia religijne - już tylko 8.2%. Niewielka liczba wskazań odnosząca się do udziału w warsztatach artystycznych (7.8%) oraz zjazdów kolekcjonerów wydaje się wskazywać, że oczekiwanie na ofertę turystyki kreatywnej ze strony turystów na Szlaku Piastowskim jest aktualnie ograniczone w swojej skali i że w związku z tym jej czas na tym obszarze jeszcze nie nadszedł.

Tabela 19. Preferowane obiekty / wydarzenia (TS)

obiekt / wydarzenie	%	obiekt / wydarzenie	%
zamki średniowieczne	63.6%	historyczne pomniki	11.2%
zabytkowe pałace	48.4%	festiwale filmu i kina	11.0%
miejsca wydarzeń historycznych	38.6%	regiony z ciekawym folklorem	10.4%
parki i ogrody	31.6%	miejsca tradycyjnego rzemiosła	10.2%
miejsca bitew	25.4%	miejsca martyrologii wojennej	9.6%
sanktuaria i historyczne kościoły	23.2%	wielkie miasta	8.8%
muzea i wystawy sztuki	22.8%	wydarzenia (zjazdy) religijne	8.2%
muzea i wystawy historyczne	22.4%	udział w warsztatach artystycznych	7.8%
skanseny wsi	21.6%	skanseny przemysłu	6.4%
muzea techniki	17.6%	festiwale muzyki popularnej	6.2%
historyczne małe miasta	17.2%	festiwale teatralne	5.8%
tematyczne trasy turystyczne w miastach	14.4%	zjazdy kolekcjonerów	5.6%
miejsca nawiedzane przez duchy	14.0%	wielkie miejskie galerie handlowe	4.4%
restauracje z tradycyjnym menu	12.8%	kursy języków obcych	3.6 %
stare fabryki	11.6%	Inny	1.2%
		brak odpowiedzi	0.6%

W efekcie skrzyżowania wyników odpowiedzi na pytanie C.3 oraz danych metryczkowych respondentów uzyskano rezultaty w rozbiciu na grupy wiekowe i w relacji do formalnego poziomu wykształcenia. Różnice preferencji badanych ze względu na ich wiek okazały się stosunkowo niewielkie. W większości grup wiekowych preferowanym typem atrakcji okazały się średniowieczne zamki obronne (od 48.3% do

nawet 76.7% wskazań), a drugim najczęściej wskazywanym były zabytkowe pałace. Tylko najmłodsza i najstarsza grupa respondentów na pierwszym miejscu wskazały zabytkowe rezydencje, przy czym pierwsza z nich równie wysoko oceniła miejsca „nawiedzane przez duchy”, a druga na drugim miejscu wskazała na parki i ogrody. We wszystkich grupach poza najmłodszą znaczną liczbę wskazań uzyskiwały miejsca wydarzeń historycznych (między 38.8% a 44.8%). Wśród wydarzeń (generalnie rzadko wskazywanych jako pierwszorzędne cele wycieczek) festiwale filmu i kina (18.6%) a zaraz po nich festiwale muzyki popularnej (15.3%) cieszą się największym powodzeniem w grupie 20-29-latków, natomiast eventy religijne – wśród osób powyżej lat 60-ciu (17.2%).

Z kolei jako interesujący fakt należy zaznaczyć, że niezależnie od wykształcenia badanych, w każdej grupie najczęściej wskazywanymi typami obiektów atrakcyjnych dla zwiedzania okazały się średniowieczne zamki, natomiast na drugiej pozycji we wszystkich grupach lokowały się zabytkowe pałace. Szczegółowo rozkład odpowiedzi w poszczególnych grupach wiekowych i w relacji do wykształcenia badanych ilustrują tabele L.C.3.1 i L.,C.3.2 zamieszczone w Załączniku 11.

3.1.4. Moduł D - Pobyty i aktywność turystyczna

Zadaniem pytań z tej grupy było ustalenie serii kwestii decydujących o komercyjnym sukcesie Szlaku oraz o skali zysków wygenerowanych przez turystów na jego obszarze. Należały do nich pytania o długość odbywanej wyprawy turystycznej, o fakt wykorzystywania usług noclegowych oraz o wybierany typ tych usług, wreszcie o położenie miejsca noclegu w stosunku do przestrzeni Szlaku Piastowskiego. Pozostałe pytania zmierzały do ustalenia ogólnej skali uczestnictwa respondentów w życiu kulturalnym (względnie korzystania przez nich z oferty kulturalnej) oraz ich oceny pobytu w miejscu badania (obiekcie szlaku) i jakości świadczonych tam usług.

Pytanie **D.1.** brzmiało: „*Jak długi wyjazd Pan/Pani realizuje/planuje tym razem? Proszę zaznaczyć liczbę nocy?*” Poniżej (**Tabela 20**) ukazany jest rozkład odpowiedzi na to pytanie.

Tabela 20. Długość wyjazdu (TS)

długość wyjazdu [dni]	4-7	3	2	8-14	brak odpowiedzi	1	powyżej 14
%	30.6%	27.8%	16.4%	12.2%	4.6%	6.2%	2.4%

Najczęstsze w grupie badanych okazują się wyjazdy trwające od 4 do 7 dni (niemal jedna trzecia respondentów), wyjazdy 3-dniowe odbywa 27.6%, czyli grupa niewiele mniejsza. Z punktu widzenia lokalnych usługodawców oraz zysków gmin w przestrzeni szlaku wydaje się to bardzo dobrym wynikiem. Nie należy jednak zapominać, że w badanej grupie znalazły się także osoby przebywające w okolicy na urlopie

(nawet długim, o czym świadczy ponad 12% odsetek wskazań na okres od 8 do 14 dni). Pierwszorzędnym celem tej grupy badanych nie musiało być zwiedzanie obiektów szlaku. W ich przypadku deklarowany dłuższy czas wyjazdu bezpośrednio przekłada się na wykorzystanie usług noclegowych i gastronomicznych, natomiast w mniejszym stopniu dotyczy wykorzystania oferty obiektów szlaku.

Szczegółowo rozkład odpowiedzi na to pytanie w poszczególnych grupach wiekowych i w relacji do wykształcenia badanych ilustrują tabele L.D.1.1 i L.D.1.2 zamieszczone w Załączniku 11.

Odpowiedzi na pytanie **D.2.1.** o treści „*Jeśli wyjazd trwa ponad jeden dzień, to czy chociaż jeden nocleg wypadł na obszarze Szlaku Piastowskiego?*” wypadły następująco: 62,0% badanych skorzystało w ramach pobytu z noclegu w przestrzeni gmin posiadających obiekty Szlaku Piastowskiego, natomiast 35,8 % nocowało poza tym obszarem (2,2% badanych nie udzieliło odpowiedzi). Zatem ponad jedna trzecia zwiedzających obiekty Szlaku Piastowskiego wybiera na nocleg miejsca położone w większym oddaleniu od szlaku.

D.2.2. Osoby odpowiadające pozytywnie na pytanie D.2.1. zostały zapytane o rodzaj noclegu, który wybrały na obszarze Szlaku Piastowskiego: „*Jeśli TAK, to ile razy?*” (*wykorzystano nocleg w przestrzeni szlaku*). Średnia ilość noclegów wykorzystanych na tym obszarze wyniosła **3.1**, co wydaje się wynikiem dobrym i wskazuje na racjonalność podejmowania działań informacyjnych i promocyjnych skierowanych do osób przebywających już w przestrzeni szlaku.

Kolejne pytanie (**D.3.**) skierowane do osób, które skorzystały z noclegu, zmierzało do określenia typu obiektu noclegowego. Brzmiało ono jak następuje: „*D.3. Jeśli odpowiedź w D2.1. brzmi „tak” to jaki rodzaj noclegu wybrał/-a Pan/Pani podczas tej wycieczki?*”. Poniżej (**Tabela 21**) zestawiono odpowiedzi na to pytanie.

Najbardziej popularne wśród turystów zwiedzających Szlak Piastowski okazują się pensjonaty i pokoje gościnne w prywatnych kwaterach, które wybiera niemal 30% badanych. Prawie co piąty badany skorzystał z oferty hoteli, jedna ósma była gośćmi własnych krewnych, przyjaciół lub znajomych, niemal tak samo liczna grupa wykorzystała ofertę schronisk lub hosteli. Bardzo mały udział nocujących w namiotach i na campingach niekoniecznie jest wskazówką na ich niewielką liczbę w przestrzeni szlaku, gdzie w związku z licznymi jeziorami ta oferta jest licznie reprezentowana i popularna. Należy raczej przyjąć, że ci turyści proporcjonalnie mniej niż inni interesują się systematycznym zwiedzaniem obiektów o profilu kulturowym i albo po prostu nie zwiedzają obiektów szlaku, albo zwiedzają tylko pojedyncze, położone

w pobliżu miejsca ich wypoczynku, przez co już na wstępnym etapie badania nie spełnili kryterium zaliczenia do analizowanej grupy.

Tabela 21. *Typ wykorzystanego noclegu (TS)*

typ wykorzystanego noclegu	%
Pensjonat / pokój w prywatnym domu	29.2%
Hotel	19.6%
U rodziny lub przyjaciół	12.2%
Hostel / schronisko turystyczne	11.8%
Przyczepa campingowa / namiot / camper	5.2%
Motel	4.4%
brak odpowiedzi	4.0%
Inny, jaki?	3.8%
Apartament	2.8%
Jeszcze nie wiem	4.6%
Własne mieszkanie / dom wakacyjny	2.4%

Szczegółowo rozkład odpowiedzi na to pytanie w poszczególnych grupach wiekowych i w relacji do wykształcenia badanych ilustrują tabele L.D.3.1 i L.D.3.2 zamieszczone w Załączniku 11.

Pytanie **D.4.** było sformułowane następująco: „*Czy podczas ostatnich (12 miesięcy) zwiedzał/a Pan(i) lub podczas tego roku ma zamiar zwiedzić poniższe obiekty oraz brał/-a udział w poniższych wydarzeniach kulturalnych? Proszę zaznaczyć te, przy których odpowiedź brzmi "tak"*”. Z racji celu pytania, jakim było ustalenie rozmaitych form udziału w życiu kulturalnym respondentów, odpowiedzi mogły być udzielane bez ograniczeń. Wyniki zestawia **Tabela 22.**

Tabela 22. *Zwiedzanie / wykorzystanie oferty kulturalnej (TS)*

zwiedzanie / udział	%	zwiedzanie / udział	%
Zabytki	79.4%	Festiwale lokalne	29.6%
Muzea	75.6%	Centra dziedzictwa i/lub rzemiosła	26.0%
Miejsca historyczne	64.4%	Koncerty muzyki pop	20.8%
Kino	55.2%	Imprezy taneczne	16.2%
Miejsca kultu religijnego	42.8%	Koncerty muzyki klasycznej	14.8%
Teatry	34.2%	Międzynarodowe imprezy muzyczne	14.2%
Galerie sztuki	32.6%	Inne	1.6%
		brak odpowiedzi	0.8%

Fakt bardzo dużej liczby wskazań na zwiedzanie zabytków oraz wizyty w muzeach i miejscach historycznych nie powinien dziwić w kontekście zestawu obiektów Szlaku Piastowskiego, na który – obok budowli sakralnych - składają się właśnie takie typy obiektów i miejsc. W tym kontekście zastanawia stosunkowo nieduży udział miejsc kultu religijnego (tylko 42.8% wskazań) - należy prawdopodobnie przyjąć, że przynajmniej niektórzy badani nie uznają wizyty w funkcjonującym obiekcie sakralnym bez uczestnictwa w liturgii za wizytę w obiekcie kultu religijnego i/lub (zresztą całkiem słusznie) znaczną część zwiedzonych na szlaku obiektów tego rodzaju skła-

syfikowali raczej jako miejsca historyczne. Stosunkowo wysoki jest pułap wskazań na kino (odwiedzane przez ponad połowę badanych). Ilość wskazań na wizytę w teatrze (ponad jedna trzecia badanych!) także zdecydowanie wyróżnia tę grupę na tle statystycznego uczestnictwa Polaków tej formie kultury. Wysoka jest także pozycja galerii sztuki, które odwiedziła w ciągu ostatniego roku niemal jedna trzecia respondentów. W kontekście nieobecności wymienionych placówek na liście obiektów Szlaku Piastowskiego należy to uznać za potwierdzenie aktywnego uczestnictwa tej grupy badanych w życiu kulturalnym. Względne podobieństwo oferty pozwala przy tym przypuszczać, że zapewne podobna jest rzeczywista skala wizyt badanych w muzeach także poza zwiedzaniem szlaku. Badani stosunkowo często (bo prawie w 30% przypadków) uczestniczą także w lokalnych wydarzeniach kulturalnych (festiwalach lub festynach), natomiast nieco rzadziej w imprezach muzycznych, przy czym częściej są to koncerty muzyki popularnej niż klasycznej.

Szczegółowo rozkład odpowiedzi na to pytanie w poszczególnych grupach wiekowych i w relacji do wykształcenia badanych ilustrują tabele L.D.4.1 i L.D.4.2 zamieszczone w Załączniku 11.

Kolejne pytania (od **D.5.** do **D.8.**) ujęte w formie wskazań na dziesięciopunktowej skali zmierzały do ustalenia oceny pobytu w miejscu badania, czyli w tym obiekcie Szlaku Piastowskiego, po którego zwiedzeniu turyści wypełniali kwestionariusze. Wybór opcji jednego punktu (1) oznaczał najwyższy poziom niezadowolenia, wybór opcji najwyższej (10) oznaczał pełne zadowolenie.

D.5. „Proszę ocenić poziom zadowolenia z Pana/Pani pobytu w tym miejscu?”

1- duże niezadowolenie, 10 - duże zadowolenie

Tabela 23. Zadowolenie z pobytu w obiekcie (TS)

ocena	8	7	10	9	6	5	3	4	2	brak odpowiedzi	1
%	22.8	20.5	19.3	16.5	9.8	8.3	1.2	0.8	0.4	0.4	0,2

Średnia odpowiedzi (obrazująca poziom zadowolenia z pobytu w obiekcie) wyniosła: **7.79**, przy czym najczęściej wskazywanym był poziom „8”.

D.6. „W jakim stopniu pobyt w tym miejscu spełnił Pana(i) oczekiwania?”

Poziom 1 oznacza „wcale, w stopniu minimalnym”, poziom 10: „w pełni, ponad oczekiwania”

Tabela 24. Ocena poziomu spełnienia oczekiwań w obiekcie (TS)

ocena	8	10	7	9	6	5	4	3	2	brak odpowiedzi	1
%	22.1	19.3	18.9	17.7	9.1	7.9	2.4	1.5	0.8	0.6	0,2

Średni wynik (obrazujący poziom spełnienia oczekiwań związanych z wizytą) wyniósł **7.74**, przy czym najczęściej wskazywanym był poziom „8”.

D.7. „Proszę ocenić poziom gościnności/życzliwości z jakim spotkał(a) się Pan(i) w tym miejscu ze strony personelu obiektu /pracowników obsługi/ mieszkańców?”

1- oznaczał stwierdzenie „wyraźnego braku życzliwości / gościnności, 10 – oznaczało „wybitną życzliwość / gościnność, wykraczającą ponad oczekiwania”

Tabela 25. Ocena gościnności w obiekcie (TS)

ocena	10	8	9	7	6	5	3	4	2	brak odpowiedzi	1
%	24.4	22.0	19.0	16.8	9.2	4.4	1.6	1.2	0.8	0.8	0,2

Średni wynik (obrazujący odczucie gościnności przez turystów) wyniósł **8.02**, przy czym najczęściej wskazywany był poziom „10”

D.8. „Proszę ocenić zakres i poziom obsługi Pana(i) jako turysty w tym miejscu”.

Wybór poziomu 1 oznaczał „wyraźne braki w stosunku do oczekiwań/standardów”, wybór 10 oznaczał stwierdzenie „bardzo wysokiego poziomu i szerokiego zakresu ofert/usług, który wykraczał poza oczekiwania”

Tabela 26. Ocena obsługi w obiekcie (TS)

ocena	7	8	9	6	10	5	3	4	2	brak odpowiedzi	1
%	19.0	18.8	18.4	16.2	14.4	5.8	3.2	2.0	0.8	0.6	0.2

Średni wynik (obrazujący ocenę jakości oferty i obsługi turystycznej) wyniósł **7.51**, przy czym najczęściej wskazywany był poziom „7”.

3.1.5. Moduł E - Ocena Szlaku Piastowskiego

Ten zakres badania miał za zadanie ustalić obraz Szlaku Piastowskiego w oczach turystów, w tym ogólną ocenę jego walorów z ich punktu widzenia, a także ich opinię na temat oferty szlaku i jakości usług świadczonych w jego obiektach i w szerzej rozumianej przestrzeni. Ocena była dokonywana w skali pięciopunktowej, przy czym poziom „5” oznaczał bardzo wysoki lub pełny stopień zgodności z wyartykułowanym stwierdzeniem, poziom „1” oznaczał uznanie go za nieprawdziwe lub zgodne z rzeczywistością tylko w minimalnym stopniu. Zbiorczy komentarz do wyników całego rozbudowanego pytania E.1 znajduje się pod ostatnią z tabeli odpowiedzi.

E.1. *W jakim stopniu poniższe aspekty kojarzą się Panu/Pani ze Szlakiem Piastowskim?*

E.1.1. Autentyczność obiektów. Odpowiedzi w tym zakresie rozłożyły się następująco: Akceptację na poziomie najwyższym (5) wyraziło 45,3% badanych, na poziomie 4 – 41,7%, na poziomie 3 - 9,5% , na 2 – 2,8%, na 1 – 0%, natomiast odpowiedzi

nie udzieliło 0,8%. Średni wynik (obrazujący przekonanie o autentyczności historycznej/kulturowej obiektów szlaku) wyniósł: **4.31**, przy czym najczęściej wskazywany był poziom „5” a najrzadziej – „1”.

E.1.2. Historyczna architektura. Na poziomie najwyższym (5) szlak kojarzy z tym typem walorów 49,6% badanych, na poziomie 4 – 35,0%, na 3 – 12,2%, na 2 – 0,8%, na 1 – 0,8%, nie odpowiedziało: 1,6%. Średni wynik, obrazujący przekonanie o walorach historycznej architektury obiektów szlaku wyniósł **4.34**, przy czym najczęściej wskazywanym poziomem był „4” a najrzadziej – „2”.

E.1.3. Muzea i atrakcje kulturalne. W najwyższym (5) stopniu z tymi typami atrakcji utożsamia szlak 28,0% turystów, na 4 poziomie- 39,4%, na 3 – 24,2%, na 2 – 2,4,%, na 1 -3,8%, nie odpowiedziało: 2,4%. Średni wynik, obrazujący przekonanie o walorach muzeów i pozostałych atrakcji kulturalnych szlaku, wyniósł **3.88**, przy czym najczęściej wskazywanym poziomem był „4” a najrzadziej – „2”.

E.1.4: Festiwale i wydarzenia kulturalne. Ten rodzaj oferty kojarzy ze szlakiem w stopniu najwyższym (5) 15,4% turystów, na 4 poziomie – 17,4%, na 3 – 31,8%, na 2 – 16,6%, na 1 – 16,2%, nie odpowiedziało: 2,8%. Średni wynik, obrazujący przekonanie turystów o obecności i atrakcyjności eventów kulturowych w przestrzeni szlaku wyniósł **2.99**, przy czym najczęściej wskazywanym poziomem był „3” a najrzadziej „5”.

E.1.5: Zwyczaje i tradycje. Na poziomie 5 asocjuje je ze szlakiem 14,6% badanych, na 4 -27,2%, na 3 – 28,0 %, na 2- 14,2%, na 1 – 14,6%, odpowiedzi nie udzieliło 1,6%. Średni wynik (obrazujący przekonanie o obecności i kultywowaniu zwyczajów i tradycji w przestrzeni szlaku) wyniósł 3.13, przy czym najczęściej wskazywanym poziomem był „3” a najrzadziej „2”.

E.1.6: Kuchnia regionalna. Oryginalne produkty gastronomiczne jako integralny element oferty szlaku zdecydowanie dostrzega (poziom 5) 13,0% badanych, na poziomie 4 ocenia jej obecność w tej ofercie 23,2%, na poziomie 3 - 21,6%, na 2 – 20,4%, na 1 – 20,2 %, nie odpowiedziało: 1,6%. Średni wynik, obrazujący opinie o istnieniu i atrakcyjności oferty tradycyjnej regionalnej gastronomii wyniósł **2.88**, przy czym najczęściej wskazywanym poziomem był „4”, a najrzadziej - „5”.

E.1.7: Gościnność mieszkańców. Najwyżej ocenia ją 34,2% badanych, na poziomie 4 – 34,2%, na 3- 22,4%, na 2 – 5,2%, na 1 – 3,2%, nie odpowiedziało: 0,8%. Średni wynik (obrazujący ocenę postawy mieszkańców wobec turystów) wyniósł **3.92**, przy czym najczęściej wskazywanym poziomem był „4” a najrzadziej - „2”.

E.1.8: Przyjazna atmosfera. W najwyższym stopniu asocjuje ją ze szlakiem 34,2% turystów, na poziomie 4- 43%, na 3 – 16,8%, na 2 – 3,8%, na 1 – 1,8%, odpowiedzi odmówiło: 0,6%. Średni wynik, obrazujący opinię na temat atmosfery podczas pobytu obiektach szlaku, wyniósł **4.06**, przy czym przy czym najczęściej wskazywanym poziomem był „4”, a najrzadziej - ”1”.

E.1.9: Kulturalna różnorodność atrakcji. Na poziomie 5 jej występowanie ocenia 15,8% badanych, na 4 – 34,6%, na 3 – 31,8%, na 2 – 11,4%, na 1 – 5,6%, nie odpowiedziało: 0,8%. Średni wynik, obrazujący ocenę różnorodności atrakcji szlaku, wyniósł **3.44**, przy czym najczęściej wskazywanym poziomem był „4”, a najrzadziej - ”1”.

E.1.10: Kulturowa wyjątkowość. W najwyższym stopniu (na poziomie 5) asocjuje ją ze szlakiem 23,2% respondentów, na poziomie 4 – 33,4%, na 3 – 31,6%, na 2 – 8,6%, na 1 – 1,2%, nie odpowiedziało: 2,0%. Średni wynik, obrazujący odczucie turystów o unikalności tematyki i obiektów szlaku, wyniósł **3.70**, przy czym przy czym najczęściej wskazywanym poziomem był „4”, a najrzadziej ”1”.

E.1.11 Wielokulturowość. Na poziomie 5 asocjuje ją ze szlakiem 4,4% badanych, na 4 – 21,2%, na 3 – 32,6%, na 2 – 23,2%, na 1 – 17,8%, nie odpowiedziało: 0,8%. Średni wynik obrazujący odczucie turystów o wielokulturowości obszaru i oferty szlaku, wyniósł **2.71**, przy czym przy czym najczęściej wskazywanym poziomem był „3” a najrzadziej ”5”.

E.1.12 Miejsce modne do bywania. Za takie uważa szlak w najwyższym stopniu (poziom 5) 6,2% turystów, na poziomie 4 zgadza się z taką opinią 22,4%, na 3 – 28,0%, na 2 – 20,0%, natomiast zupełnie odrzuca ją (poziom 1) 20,8% pytaných. Odpowiedzi nie udzieliło: 2,4% badanych. Średni wynik, obrazujący ocenę popularności szlaku jako szeregu miejsc i wiążącej je oferty turystycznej, wyniósł **2.73**, przy czym przy czym najczęściej wskazywanym poziomem był „3”, a najrzadziej ”5”.

Kolejne pytania (**od E.2 do E.5**) miały na celu określenie stopnia satysfakcji z pobytu turystycznego na szlaku, paralelnie (i z użyciem tych samych narzędzi oraz kryteriów) do dokonanego w ramach modułu D (pytania D.5 do D.8) i analizowanego powyżej pomiaru zadowolenia z pobytu w pojedynczym obiekcie szlaku.

Pytania zostały ujęte w formie wskazań na dziesięciopunktowej skali. Wybór opcji jednego punktu (1) oznaczał najwyższy poziom niezadowolenia, wybór opcji najwyższej (10) oznaczał pełne zadowolenie.

E.2. „Proszę ocenić poziom zadowolenia z Pana/Pani pobytu na całym Szlaku Piastowskim?”

1- duże niezadowolenie, 10 - duże zadowolenie

Tabela 27. Zadowolenie z pobytu na szlaku (TS)

ocena	8	7	9	10	6	5	4	brak odp.	3	2	1
%	26,0	24.40	17.20	12.60	11.00	3.60	2.40	1.60	0.80	0.40	0

Średni wynik dla tego pytania wyniósł **7.69**, przy czym przy czym najczęściej wskazywanym poziomem był „8” a najrzadziej ”1”

E.3. „W jakim stopniu pobyt na Szlaku Piastowskim spełnił/spełnia Pana(i) oczekiwania?”

1- wcale, w stopniu minimalnym, 10 - w pełni, ponad oczekiwania.

Tabela 28. Ocena poziomu spełnienia oczekiwań w stosunku do szlaku (TS)

ocena	8	7	9	10	6	5	4	3	brak odpowiedzi	2	1
%	24.8	21.6	18.4	12.6	12.2	6.0	1.6	1.2	1.2	0.4	0

Średni wynik dla tego pytania wyniósł **7.65**, przy czym przy czym najczęściej wskazywanym poziomem był „8”, a najrzadziej ”1”.

E.4. „Proszę ocenić poziom gościnności/życzliwości z jakim spotkał(a) się Pan(i) podczas pobytu na Szlaku Piastowskim ze strony personelu obiektu / pracowników obsługi / mieszkańców?”

1- wyraźny brak życzliwości/gościnności, 10 - Wybitna życzliwość/ gościnność - ponad oczekiwania

Tabela 29. Ocena gościnności w obiektach szlaku ogółem (TS)

ocena	9	7	8	10	6	5	brak odpowiedzi	2	4	3	1
%	23.6	20.4	19.6	15.4	12.2	4.0	1.6	1.2	1.2	0.8	0

Średni wynik dla tego pytania wyniósł **7.82**, przy czym przy czym najczęściej wskazywanym poziomem był „9” a najrzadziej ”1”.

E.5. „Proszę ocenić zakres i poziom obsługi Pana(i) jako turysty na Szlaku Piastowskim?”

1- wyraźne braki w stosunku do oczekiwań/standardów, 10 - Bardzo wysoki poziom i szeroki zakres ofert usług, wykraczał poza oczekiwania

Tabela 30. Ocena poziomu obsługi na szlaku (TS)

ocena	8	7	9	6	10	5	Brak odpowiedzi	4	2	3	1
%	22.4	22.0	18.2	12.6	10.6	8.6	2.0	1.6	1.2	0.2	0

Średni wynik dla tego pytania wyniósł **7.48**, przy czym przy czym najczęściej wskazywanym poziomem był „8”, a najrzadziej ”1” (nie był wskazany).

O ile wyniki w odniesieniu do pytań E.2, E.3, E.4 mogą być uznane za dobre i nie wymagają specjalnego komentarza, to konieczna jest zarówno ocena wyników w zakresie kluczowego dla organizacji turystyki na szlaku pytania **E.5.** (która wypadła najniżej), jak i jej przyczyny.

Częściowo mogą one zostać poznane dzięki komentarzom respondentów zamieszczonym w ramach odpowiedzi na pytanie **E.6** („*Jeśli wystąpiły zauważalne braki, to jakie?*”). Przy analizie wyników przyjęto zasadę, że niższa niż przeciętna ocena poziomu obsługi, formułowana przez turystę w punkcie E.5. ma swoje przyczyny przede wszystkim w tym mankamencie, który tenże wyartykułował w odpowiedzi na kolejne pytanie. Pod tym kątem przeanalizowane zostały kwestionariusze, ze szczególnym uwzględnieniem tych, w których ocena poziomu obsługi dokonana przez respondenta wynosiła 7 lub mniej punktów (a zatem była niższa niż przeciętna). Takich ocen było w sumie 46.2%. Powtarzające się wskazania konkretnych mankamentów (o ile oczywiście zostały one wyartykułowane, co nastąpiło w 102 przypadkach) zestawione zostały poniżej, z podaniem liczby wskazań identycznych lub odnoszących się do tych samych kwestii. W zestawieniu uwzględniono mankamenty wskazywane w przynajmniej trzech wypowiedziach.

- słabości oznaczenia tras szlaku (np. „złe oznaczenia dróg na szlaku”, „mało precyzyjne drogowskazy”, „brak wystarczającego oznaczenia szlaku”, „trudno znaleźć niektóre miejsca”), wskazywano w sumie w 12 przypadkach,
- słabości oznaczenia obiektów szlaku (np. „brak oznaczenia obiektów”, „nie ma znaków ani logo na kościołach”, „za mało oznaczeń na obiektach”), w sumie w 8 przypadkach,
- przestarzała oferta ekspozycji (np. „wiele wystaw nie jest nowoczesnych”, „brak multimediiów”, „wystawy jak przed 20 laty!”) , w sumie w 7 komentarzach,
- brak lub nieadekwatność materiałów informacyjnych różnego rodzaju (np. „brak naprawdę aktualnego informatora na temat całego szlaku, szczególnie o godzinach otwarcia obiektów”, „brakuje map, planów do wzięcia albo kupienia”, „małe rozpowszechnienie informacji o szlaku”, „mały wybór książek, tandetne pamiątki”, „brak materiałów w moim języku”), w sumie w 7 komentarzach,
- brak informacji turystycznej na miejscu lub jej niedostępność (np. „brak informacji turystycznej, m.in. o noclegach”, „dziwne godziny pracy informacji turystycznej”, brak punktów IT w wielu miejscowościach”), odnotowano w sumie w 6 przypadkach,

- brak dostępności faktycznej obiektów (np. „niektóre miejsca są zamknięte w ciągu dnia”, „kościół w X był zamknięty i nikt nie reagował na dzwonki na plebanii”, „w Y zrezygnowaliśmy ze zwiedzania, bo było jakieś długie nabożeństwo i musieliśmy jechać dalej”), w sumie w 6 przypadkach,
- niedostateczna oferta noclegowa (np. „problem ze znalezieniem noclegu”, „słaba oferta noclegowa”), w sumie w 5 przypadkach,
- niedostateczna oferta gastronomiczna (np. „mały wybór w zakresie żywienia” brak miejscowych potraw w restauracjach”), w sumie w 5 przypadkach,
- brak lub mankamenty tras alternatywnych (np. „nie ma tras rowerowych”, „źle wytyczone szlaki piesze”), w sumie w 4 przypadkach,
- braki w zakresie wyposażenia obiektów (np. „brak przy wielu obiektach toalet dostępnych dla zwiedzających”, „w X nie ma nawet gdzie usiąść”), w sumie w 4 przypadkach,
- niewłaściwa obsługa ze strony personelu (np. „niestawienie się przewodnika na wystawie o umówionej godzinie”, „przewodnik mówił do nas jak do ściany”), w sumie w 4 przypadkach,
- słabości komunikacji (np. „brak możliwości dojazdu PKS”, „po zwiedzeniu trzeba czekać 3 godziny na następny autobus”), w sumie w 3 przypadkach,
- brak indywidualnej oferty dla zwiedzających lub jej faktyczna nieosiągalność (np. „brak możliwości przyłączenia się do grupy przy zwiedzaniu”, „wysokie opłaty za przewodników dla pojedynczych osób”), w sumie w 3 przypadkach.

Zestawione najczęściej artykułowane mankamenty i przytoczone komentarze w całej rozciągłości potwierdzają krytyczne wnioski z badań audytowych w obiektach i przestrzeni szlaku.

3.1.6. Moduł F - Wydatki turystów

Pytania tego modułu zmierzały do ustalenia skali wydatków turystów zwiedzających Szlak Piastowski, związanych bezpośrednio z ich wyjazdem. Między innymi w celu określenia przeciętnych wydatków na osobę w tym segmencie pojawia się pytanie o liczbę osób uczestniczących w wyjeździe. Ponieważ osoby do lat 16, jako nie podejmujące samodzielnie decyzji w kwestii zachowań turystycznych, generalnie nie wchodzi w zakres grupy badanej, w tym module badania pojawia się także pytanie o liczbę dzieci biorących udział w wycieczce i pozostających pod opieką respondenta. Kolejne pytania zmierzają do określenia struktury wydatków, co ma znaczny wpływ na skalę i strukturę dochodów z turystyki na danym obszarze recepcji (w tym wypadku w przestrzeni szlaku) i z tego powodu może być przedmiotem dodatkowych szczegółowych analiz.

Ogólne pytanie wprowadzające moduł F brzmiało: „***Ile pieniędzy wydał/-a Pan/Pani lub zamierza wydać podczas tego wyjazdu (kwoty w złotychkach)?***”

W kolejnych pytaniach tego modułu zostały ustalone:

F.1.1.: Liczba osób uczestniczących w wyjeździe - średnia wyniosła **2.88**

F.1.2.: W tym liczba dzieci poniżej 16 lat. Na jedną wypełnioną ankietę w tej grupie średnia wyniosła: **0,91**

F.1.3.: Wydatki na wszystkich uczestników łącznie. Średnia wyniosła **996.05** złotych

F.1.3a: Statystycznie wydatki na osobę, przy uwzględnieniu liczby osób: średnia wyniosła **375.92** złotych.

F.1.3b. Wydatki na wszystkich uczestników łącznie w zależności od wieku respondenta (dane uzyskano przez skrzyżowanie odpowiedzi F.1.3 z danymi metryczkowymi respondentów)

Wyniki dla tego pytania w rozbiciu na wiek badanych prezentuje **Tabela 31**.

Tabela 31. Średnie wydatki podczas wyjazdu w zależności od wieku badanych (TS)

Wiek badanego	16-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60 lat i więcej
Suma wydatków w złotych	648.89	689.15	1266.86	1299.25	1076.36	528.24

W tym na (liczone średnio dla wszystkich grup wiekowych):

F.1.4.: Koszty podróży - średnia wyniosła **261.69** złotych

F.1.5.: Jedzenie, napoje, zakupy, rozrywka - średnia wyniosła: **301.55** złotych

F.1.6.: Zakwaterowanie – średnia wyniosła: **420.64** złotych

F.1.7.: Bilety wstępu - średnia wyniosła **132.18** złotych

Wydatki na zakwaterowanie na poziomie nieco ponad 400 złotych dla niemal trzech osób i w rozbiciu na kilka dni należy uznać za niskie. Wynika to bezpośrednio ze struktury wybieranych przez turystów noclegów, w której przeważają pensjonaty i kwatery prywatne, a stosunkowo niewielki udział mają hotele. Dodatkowo wpływa na ten wynik nieobecność hoteli wyższych kategorii w większości miejscowości w przestrzeni szlaku. Koszty żywienia, zakupów i rozrywki muszą być określone jako relatywnie niewielkie w kontekście średniego czasu trwania wyjazdu, wynoszącego 3 lub 4 dni. Suma ta stanowi dodatkowo rozłożony na kilka dni wydatek na grupę niemal 3 osób. Można przypuszczać, że wśród przyczyn relatywnie niskiego udziału tej pozycji w całości kosztów są: stosunkowo uboga oferta gastronomii w przestrzeni szlaku poza większymi miastami, niewielki wybór dobrej jakości pamiątek, bardzo mała liczba oferowanych w obiektach szlaku mikroeventów, brak wieczornych imprez stałych i regularnych w obiektach szlaku i gminach w jego przestrzeni, w których mogliby uczestniczyć odpłatnie turyści spędzający tam swoje wieczory.

3.1.7. Moduł G - Organizacja pobytu i źródła informacji

Pytania tego modułu zmierzały do ustalenia źródeł informacji, z których turyści korzystali przed podjęciem podróży oraz na miejscu, a także skali wykorzystania przez nich gotowych usług złożonych w odniesieniu do dwóch decydujących aspektów podróży turystycznej: przejazdu i zakwaterowania.

Pytanie **G.1.** brzmiało: „*W jaki sposób zorganizował/-a Pan/Pani swój przyjazd i pobyt?*”. Wyniki odpowiedzi podaje **Tabela 32**

Tabela 32. Organizacja podróży (TS)

Sposób organizacji podróży	%
Bez wcześniejszej rezerwacji (proszę przejść do pytania G3)	49.2
Przejazd i zakwaterowanie rezerwowane oddzielnie	44.8
Rezerwacja w pakiecie (przejazd i zakwaterowanie) lub pakiet all-inclusive (proszę przejść do pytania G3)	6.0

Kompleksowych rezerwacji dokonuje tylko znikoma mniejszość zwiedzających szlak (6 procent ogólnej liczby ankietowanych). W kontekście potwierzonego przez badania audytowe (rozdział 2.4.1.3.), prawie zupełnego nieistnienia w przestrzeni Szlaku Piastowskiego oferty pakietów tematycznych lub lokalnych, adresowanych do indywidualnych turystów lub grup rodzinnych nie może dziwić, że nie wykorzystują oni propozycji złożonych usług, a stwierdzona (niewielka) liczba rezerwacji pakietowych powinna być przypisana korzystaniu z biur podróży tych respondentów, którzy byli uczestnikami wycieczek zbiorowych.

Szczegółowo rozkład odpowiedzi na to pytanie w poszczególnych grupach wiekowych i w relacji do wykształcenia badanych ilustrują tabele L.G.1.1 i L.G.1.2 zamieszczone w Załączniku 11.

Pytanie **G.2.** było skierowane tylko do osób, które dokonywały wcześniejszej rezerwacji usług przejazdu i/lub zakwaterowania (noclegu), zatem odpowiedziały na nie nieco ponad połowa respondentów. Oto jego treść: „*Jeśli dokonał/-a Pan/Pani wcześniejszej rezerwacji przejazdu i/lub zakwaterowania, to jaką formę rezerwacji Pan/Pani wybrał/-a?*”. Poniższa tabela ukazuje rozkład odpowiedzi na to pytanie.

Tabela 33. Sposób rezerwacji usług (TS)

Sposób rezerwacji	%
Rezerwacja przez telefon, faks lub e-mail	44.2
Rezerwacja przez strony internetowe	42.8
Rezerwacja w biurze podróży	7.8
brak odpowiedzi	5.2

Szczegółowo rozkład odpowiedzi na to pytanie w poszczególnych grupach wiekowych i w relacji do wykształcenia badanych ilustrują tabele L.G.2.1 i L.G.2.2 zamieszczone w Załączniku 11.

Pytanie **G.3.** odnosiło się do źródeł wiedzy respondentów na temat Szlaku Piastowskiego, wykorzystanych przed podjęciem podróży - tym samym dotyczyło ono zasięgu, kanałów i skuteczności informacji oraz promocji szlaku. Jego treść brzmiała: „Z jakich źródeł informacji turystycznej korzystał/-a Pan/Pani zbierając informacje o tym miejscu przed przybyciem?”. Respondenci mieli możliwość wskazania więcej niż jednej odpowiedzi. **Tabela 34** prezentuje rozkład odpowiedzi w analizowanej grupie.

Tabela 34. Źródła informacji wykorzystane przed wyjazdem(TS)

Źródło informacji	%	Internet okazuje się podstawowym źródłem informacji o ofercie, atrakcjach i usługach na Szlaku Piastowskim. Wszystkie inne źródła wiedzy znajdują się daleko w tyle, ustępując nawet prywatnym rekomendacjom osób znanych. Wysoka pozycja tego ostatniego źródła informacji
Internet	70.3	
Rodzina / przyjaciele	34.7	
Przewodniki turystyczne	32.3	
Poprzednia wizyta	20.1	
Informacja turystyczna	18.1	
Gazety / czasopisma	8.3	
Broszury touroperatorów / katalogi biur podróży	5.9	
TV / Radio	5.5	
inne	4.3	
Biuro podróży (bezpośrednia wizyta)	2.4	
brak odpowiedzi	1.6	

może być uznana za zjawisko pozytywne, odbija ono bowiem znaczącą rolę prywatnych opinii osób, które zwiedziły już szlak i przekazują jego pozytywną ocenę, co można wnioskować z faktu pojawienia się respondenta w przestrzeni szlaku.

Powyżej prezentowane wyniki zostały ustalone także w rozbiciu na grupy, uwzględniającym jako kryterium wiek respondentów i ich poziom wykształcenia. Uzyskane wyniki ukazują poniższe tabele (35. i 36).

Tabela 35. Źródła informacji wykorzystane przed wyjazdem zależnie od wieku (TS)

źródła informacji przed wyjazdem / wiek	15 i mniej	16-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60 i więcej
Rodzina / przyjaciele	50%	33.3%	40.7%	34.9%	30%	24%	44.8%
Broszury touroperatorów / katalogi biur podróży	25%	11.1%	3.4%	0%	6.7%	16%	10.3%
Przewodniki	50%	44.4%	20.3%	30.3%	38.3%	42%	37.9%
Poprzednia wizyta	25%	11.1%	30.5%	13.6%	16.7%	20%	27.6%
Internet	75%	77.8%	71.2%	73.8%	74.7%	72%	48.3%
Informacja turystyczna	0%	33.3%	16.9%	19.7%	15%	16%	17.2%
Biuro podróży	0%	0%	1.7%	0%	6.7%	4%	0%
TV / Radio	0%	5.5%	5.1%	6.1%	5%	0%	13.8%
Gazety / czasopisma	0%	0%	3.4%	6.1%	10%	12%	20.7%
inne	0%	5.5%	1.7%	4.6%	3.3%	6%	3.5%

Internet jest zdecydowanym liderem przekazu wśród kanałów i pozyskiwania informacji we wszystkich grupach, w tym nawet wśród osób powyżej 60 lat, z których prawie połowa korzysta z sieci planując swoją wycieczkę. Co ciekawe, druga najstarsza grupa (50-59-latkowie) korzysta z niego niewiele mniej intensywnie niż grupa „dzieci Internetu”

(16-19-latkowie), ta proporcja wynosi 72 % do około 78%.

Tabela 36. Źródła informacji wykorzystane przed wyjazdem zależnie od wykształcenia (TS)

źródła informacji przed wyjazdem / wykształcenie	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Niepełne wyższe	Wyższe
Internet	57.1%	50%	69.4%	84%	73.2%
Rodzina / przyjaciele	28.6%	64.3%	34.8%	12%	37.3%
Poprzednia wizyta	21,4%	14.3%	14.4%	16%	25.4%
Przewodniki	28.6%	35.7%	22.9%	36%	39.0%
Informacja turystyczna	14.3%	21.4%	13.3%	32%	17.8%
Broszury touroperatorów / katalogi biur podróży	14.3%	14.3%	6.0%	0%	5.9%
Biuro podróży	0%	0%	3.6%	0%	2.5%
TV / Radio	0%	0%	7.2%	2%	5.9%
Gazety / czasopisma	0%	0%	7.2%	12%	9.3%
Inne/brak odpowiedzi	0%	7.1%	0%	6%	5.9%

Niemal we wszystkich grupach (z wyjątkiem tej posiadającej wykształcenie zawodowe) jako najczęściej wykorzystywane źródło informacji przed wyjazdem dominuje Internet, przy czym osoby z wykształceniem niepełnym wyższym (zatem w większości studenci) wykorzystują go niemal równie często jak wszystkie inne źródła wiedzy razem wzięte. Pozycja kręgu znajomych jako źródła informacji jest najwyższa w grupie osób z wykształceniem zawodowym, gdzie koreluje ze znacząco niższym stopniem wykorzystania Internetu - zatem stanowi najważniejszą konkurencję dla tego źródła informacji.

Pytanie **G.4.** odnosiło się do sposobu wykorzystywania przez respondentów informacji turystycznej w trakcie podróży, a także do preferowanych przez nich kanałów tej informacji. Jego celem było m.in. ustalenie skuteczności i zasięgu informacji dystrybuowanych na miejscu (w przestrzeni szlaku). Treść pytania była następująca: „Z jakich źródeł informacji turystycznej korzysta Pan/Pani na miejscu?”.

Tabela 37. zestawia wyniki odpowiedzi.

Prezentowane wyniki zostały ustalone rozbiciu na grupy, uwzględniającym jako kryterium wiek respondentów i ich poziom wykształcenia. Uzyskane wyniki ukazują poniższe tabele (**38 i 39**).

Tabela 37. Źródła informacji wykorzystane na miejscu (TS)

Źródło informacji na miejscu	%	Źródło informacji na miejscu	%
Przewodniki	45.6	Gazety / czasopisma	5.6
Lokalne broszury	42.2	Inne	2.8
Internet	40.6	TV/Radio	2.4
Centrum informacji turystycznej	27.2	Biuro podróży	1.6
Przewodnik turystyczny (osoba)	20,2	brak odpowiedzi	0.6
Rodzina / przyjaciele	18.4		

Tabela 38. Źródła informacji wykorzystane na miejscu zależnie od wieku (TS)

Źródło informacji na miejscu / wiek	15 i mniej	16-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60 i więcej
Centrum informacji turystycznej	50%	44.4%	33.9%	22.7%	33.3%	28%	12,9%
Internet	50%	55.6%	52.5%	47.0%	26.7%	40%	20.7%
Lokalne broszury	25%	49.9%	50.1%	37.9%	27 5%	34%	34.5%
Rodzina / przyjaciele	25%	22.2%	15.3%	16.7%	11.7%	16%	44.8%
Biuro podróży	0%	0%	0%	1.5%	1.7%	4%	3.5%
Gazety / czasopisma	0%	5.5%	5.1%	1.5%	2.3%	16%	13.8%
Przewodniki	0%	55.6%	44.1%	47.7%	43.3%	48%	51.7%
TV/Radio	0%	0%	1.7%	3.0%	0%	4%	6.9%
Przewodnik turystyczny (osoba)	0%	16.6%	13.6%	18.2%	25,8%	24%	27.6%
Inne/ brak odpowiedzi	0%	0%	0%	1.0%	3.3%	2%	1,7%

Tabela 39. Źródła informacji wykorzystane na miejscu zależnie od wykształcenia (TS)

Źródło informacji na miejscu / wykształcenie	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Niepełne wyższe	Wyższe
Centrum informacji turystycznej	42.9%	14.3%	24.1%	44%	27.1%
Internet	57,1%	14.3%	41.6%	44%	40.7%
Lokalne broszury	35.8%	28.6%	33.6%	60%	45.8%
Przewodniki	35,8%	53.5%	34.4%	52%	53.4%
Rodzina / przyjaciele	14.3%	50%	18.1%	8%	17.3%
Biuro podróży	0%	0%	2.4%	4%	0.8%
Gazety / czasopisma	0%	0%	2.4%	16%	6.8%
TV/Radio	7.1%	7,1%	3.6%	4%	2.1%
Przewodnik turystyczny (osoba)	14.2%	28.6%	21.6%	24%	20.3%
Inne / brak odpowiedzi	0%	0%	0,6%	0%	5.1%

Jako źródła informacji na miejscu przewodniki (w formie książek) są wykorzystywane względnie często, co rokuje tej formie przekazu dobre perspektywy na przyszłość. W niektórych grupach turystów przewodniki papierowe (książkowe) wygrywają na miejscu z Internetem (wszystkie grupy powyżej 30 lat), ale i w grupie pokoleniowej najbardziej oswojonej z siecią (16-19-latków) mają one tyle samo użytkowników,

co zasoby Internetu. Punkty informacji turystycznej okazują się przydatną inwestycją: korzysta z nich średnio 27,2% turystów, przy czym prawdopodobnie odsetek ten nie jest jeszcze większy tylko z tego powodu, że w szeregu miejscowości Szlaku Piastowskiego informacji turystycznej po prostu nie ma albo jest czynna w godzinach nie odpowiadających potrzebom turystów, co wykazało zarówno badanie audytowe (2.4.1.1.) jak i zamieszczone w ankietach negatywne opinie turystów, oceniających obsługę szlaku.

Wykorzystanie usługi przewodnictwa turystycznego przez co piątego turystę wydaje się być wynikiem przyzwoitym, zapewniającym zatrudnienie sporemu gronu przewodników. Jednak proporcja wykorzystania przez turystów indywidualnych na miejscu także Internetu dla pozyskiwania informacji o zwiedzanych obiektach do skali korzystania z usług personelu przewodnickiego (średnia 40 do 20 procent, a w grupach najmłodszych ponad połowa zwiedzających do zaledwie 13-16 procent) pozwala zauważyć groźną dla tej grupy zawodowej tendencję.

3.1.8. Moduł H - Metryczka

Moduł H zawierał pytania metryczkowe, zmierzające do ustalenia wieku, płci, wykształcenia, sytuacji zawodowej (tu: w znaczeniu typu źródła utrzymania) oraz pozycji zawodowej badanych i poziomu ich dochodów. Dane te, istotne nie tylko dla określenia profilu osobowego respondentów, są ważne również z punktu widzenia komercyjnej sfery działania szlaku. Były one pozyskiwane także w celu ich skrzyżowania z niektórymi pozostałymi wynikami ankiety i stworzenia w ten sposób szerszej empirycznej podstawy dla bardziej szczegółowych analiz

Pytanie **H.1.** dotyczyło płci respondentów. W badanej grupie kobiety stanowią **52,4%** a mężczyźni - **47,6%**. Poniższe tabele (**40 i 41**) prezentują wyniki w rozbiciu na grupy wiekowe oraz w relacji do formalnego statusu edukacyjnego respondentów.

Tabela 40. Płeć respondentów w relacji do wieku (TS)

płeć zależnie od wieku	15 i mniej	16-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60 i więcej
Kobieta	50%	55.6%	55.9%	53.0%	44.3%	52%	62.1%
Mężczyzna	50%	44.4%	44.1%	47.0%	55.7%	48%	37.9%

Tabela 41. Płeć respondentów w relacji do wykształcenia (TS)

płeć zależnie od wykształcenie	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Niepełne wyższe	Wyższe
Kobieta	55.7%	52.0%	45.8%	54%	51.4%
Mężczyzna	44.3%	48.0%	54.2%	46%	48.6%

Generalnie wśród turystów zwiedzających Szlak Piastowski przeważają kobiety, i jest to przewaga niemal identyczna z tą podawaną przez statystyki demograficzne polskiego społeczeństwa (52,1% do 47,9% [Mały Rocznik 2012, s. 116]. Jednak skala różnic między płciami zmienia się znacznie w poszczególnych grupach wiekowych i sięga nawet do 25% na korzyść kobiet w grupie najstarszej. Tylko w jednej grupie (i to dość wyraźnie, bo o 11 %) przeważają mężczyźni - jest to grupa 40-49-latków. Przyczyny tej wyjątkowej proporcji nie były dalej wyjaśniane w toku niniejszej analizy, jednak – jeśli potwierdziłyby się w innych badanych grupach turystów kulturowych - być może zasługują na bardziej szczegółowe rozpoznanie socjologiczne.

Pytanie **H.2.** określa wiek badanych. Odpowiedzi na to pytanie w analizowanej grupie rozłożyły się następująco (**Tab. 42**)

Tabela 42. Wiek badanych (TS)

wiek	30-39	40-49	20-29	60 i więcej	50-59	16-19	brak odpowiedzi	15 i mniej
%	25.2	23.4	22.2	11.6	9.8	6.8	0.2	0.8

Należy zwrócić uwagę na fakt, że w grupie wypełniających ankiety niemal wcale nie było dzieci, ponieważ zgodnie z metodologią badania turystów kulturowych przyjęto, że uczestnicząc w wycieczkach z dorosłymi nie mają one jednak decydującego wpływu na zachowania turystyczne, wybory destynacji i miejsc konsumpcji oraz na zasadnicze decyzje dotyczące wydatków. Nieliczna wykazana wynikach grupa ankietowanych w wieku poniżej 16 lat (0.8%) to osoby zwiedzające obiekty samodzielnie lub w towarzystwie rówieśników, potraktowane przez ankierów jak dorośli ze względu właśnie na samodzielną aktywność turystyczną. Uzyskany wynik dotyczy zatem generalnie osób samodzielnie podejmujących podróż lub uczestniczących w wyprawach grupowych, w których same zdecydowały wziąć udział. Odsetek dzieci w ogólnej badanej grupie został jednak ustalony w pytaniu F.1.2 i wynosi 0.91 na osobę wypełniającą kwestionariusz, czyli powinien zostać uznany za wysoki.

W pozostałej grupie proporcje wiekowe są dosyć wyważone, jednak z przewagą osób w wieku młodym i średnim nad starszymi. Każdorazowo nieco więcej niż jedna piąta badanych plasuje się w przedziałach wiekowych 20-29, 30-39 i 40-49 lat, natomiast dwie najstarsze grupy (50-59 i powyżej 60 lat) liczą po około 10 %. Niewielki udział grupy 16-19-latków (tylko niecałe 7% ogółu) tłumaczy węższy przedział wiekowy (tylko 3 roczniki), zatem – uwzględnivszy proporcje z tego wynikające – udział tej grupy w ogólnej liczbie zwiedzających szlak jest porównywalny z kolejnymi trzema starszymi i również około dwukrotnie wyższy niż najstarszych grup.

Przy przeciętnej ilości osób wyjeżdżających wspólnie, która dla wypełnionego kwestionariusza wynosi średnio 2,88, zbieżność faktu liczebności dwóch największych

grup wiekowych badanych (mieszczących się w przedziałach 30-39 i 40-49) z ilością dzieci uczestniczących w wyjeździe i przypadających na osobę ankietowaną (aż 0.91) wskazuje, że wśród zwiedzających szlak w dużej przewadze znajdują się grupy rodzinne.

Ustalone proporcje wiekowe uprawniają do stwierdzenia, że Szlak Piastowski jako propozycja turystyki kulturowej jest wykorzystywany przez wszystkie grupy wiekowe turystów i aktualnie nie ma powodów do obaw o naturalne wyczerpanie się głównej grupy odbiorców jego oferty.

Pytanie **H.3** dotyczyło statusu edukacyjnego, czyli wykształcenia badanych. Wśród zwiedzających Szlak Piastowski wykształcenie wyższe posiada 40,4%, niepełne wyższe – 13,8%, średnie – 33,6%, zawodowe – 5,6%, podstawowe – 3,8%, na pytanie nie odpowiedziało: 1,8% respondentów. Badanie wykazało zatem wśród zwiedzających systemowo szlak dominację osób z wykształceniem wyższym (40,4%). Tę bardzo liczną reprezentację osób o wyższym statusie edukacyjnym, w naturalny sposób częściej interesujących się wątkami kulturowymi i historycznymi, w dużej mierze usprawiedliwia profil szlaku, jednak zanotowany udział procentowy tej grupy jest naproporcjonalnie duży w stosunku do struktury społeczeństwa polskiego podawanej w aktualnych danych statystycznych: odsetek osób z wykształceniem akademickim w krajowej populacji wynosi aktualnie 19,3% [*Mały Rocznik...2012, s. 124*]. Natomiast wyraźnie słabo i poniżej swojego udziału w populacji reprezentowana jest grupa osób z wykształceniem zawodowym, stanowiących w roku 2011 21,9% społeczeństwa [*Mały Rocznik... 2012, s. 124*].

Tabela 43. Sytuacja zawodowa badanych (TS).

Sytuacja zawodowa	%
Pracownik firmy	59.8
Własna firma	13.8
Emeryt lub rencista (proszę przejść do pytania H7)	11.4
Student (proszę przejść do pytania H7)	10.6
Bezrobotny (proszę przejść do pytania H7)	2.0
Gospodyni domowa (proszę przejść do pytania H7)	1.8
brak odpowiedzi	0.6

Przedmiotem pytania **H.4.** była aktualna sytuacja zawodowa badanych. W odpowiedzi na pytanie „*Jaka jest Pana/Pani aktualna sytuacja zawodowa?*” mogli oni wskazać jedną z 6 opcji, uwzględniających sytuacje pobierania nauki lub studiowania, samodzielnej działalności gospodarczej, pracy w firmie lub instytucji, statusu emeryta lub rencisty, gospodyni domowej lub też odmówić

udzielenia odpowiedzi. Wyniki uzyskane w tym zakresie prezentuje **Tabela 43**, natomiast szczegółowo rozkład odpowiedzi na to pytanie w poszczególnych grupach wiekowych i w relacji do wykształcenia badanych ilustrują tabele L.H.4.1 i L.H.4.2 zamieszczone w Załączniku 11.

W odpowiedzi na pytanie **H.5.** o treści „*Jaka jest aktualna Pani/Pana przynależność do wybranej grupy zawodowej?*” badani mogli wskazać jedną z opcji uwidoczni-
 nych w poniższej **Tabeli 44.** lub opcję „inna”, albo też odmówić odpowiedzi.

Tabela 44. *Pozycja zawodowa badanych (TS)*

pozycja zawodowa	%
Pracownik sektora usług / sprzedaży	24.3
Specjalista (lekarz, prawnik, nauczyciel, itp.)	22.1
Pracownik biurowy / administracyjny	15.2
Pracownik techniczny (technik, pielęgniarz itp.)	13.7
Dyrektor lub menadżer	9.5
Rzemieślnik / pracownik fizyczny / pracownik produkcji	8.5
inna grupa lub brak odpowiedzi	6.7

Pytanie **H.6.** miało na celu ustalenie w badanej grupie odsetka osób aktualnie lub w przeszłości związanych zawodowo z jedną z dziedzin kultury. Oto jego brzmienie: „*Czy Pana/Pani obecne lub byłe zatrudnienie jest związane z kulturą?*” Na to pytanie 86,2% badanych odpowiedziało negatywnie, 12,6 % pozytywnie, a 1,2% nie udzieliło odpowiedzi.

Pytanie **H.7.** zmierzało do ustalenia poziomu dochodów i siły nabywczej zwiedzających szlak. Jego brzmienie „*Roczny dochód brutto Pana/Pani gospodarstwa domowego to:*”. Poniżej znajduje się zestawienie uzyskanych wyników.

Tabela 45. *Dochód roczny gospodarstwa (TS)*

Dochód roczny gospodarstwa	%
40 - 80 tys. zł	36.8
20 - 40 tys. zł	25.0
80 - 240 tys. zł	21.4
20 tys. zł lub mniej	12.6
240 - 320 tys. zł	1.6
powyżej 320 tys. zł	0.8
brak odpowiedzi	1.8

Zwiedzający Szlak Piastowski to osoby o dochodach zbliżonych do średniej krajowej. Najwięcej wśród nich (niecałe 37%) jest osób, których domowe gospodarstwo utrzymuje się z dochodu wynoszącego od 3.5 do 7 tysięcy złotych miesięcznie

(co przy dwóch osobach uzyskujących dochód daje realną średnią krajową), kolejną najliczniejszą grupą (dokładnie jedna czwarta) są ci o dochodach między 1.7 a 3.5 tys. złotych miesięcznie, a trzecią, przekraczającą jedną piątą ogólnej liczby badanych, osoby z dochodem od 7 do około 20 tys. zł miesięcznie, czyli względnie zamożne. Osób, które można określić jako ubogie w tej grupie jest nieco ponad jedna ósma (12.6%), natomiast odsetek osób bardzo zamożnych jest znikomy, wynosząc w sumie poniżej 2.5%. Przewaga osób osiągających dochody przeciętne w powiązaniu ze znacznym odsetkiem osób względnie zamożnych powinna skłaniać odpowiedzialnych za rozwój lokalnej oferty do bardziej szczegółowych badań turystów na swoim terenie i ewentualnego poszukiwania potencjalnych inwestorów w dziedzinie usług hotelowych i gastronomicznych, w celu stopniowego uzupełnienia oferty o hotele i lokale spełniające wyższe standardy.

3.2. Profile, zachowania i opinie turystów kulturowych zwiedzających pojedyncze obiekty Szlaku Piastowskiego (TO)

Kwestionariusz „Medium”, dotyczący turystów zwiedzających pojedyncze obiekty szlaku (TO) wypełniło 890 osób. Ta liczba stanowi grupę odniesienia (100 procent badanych) dla wyników zestawionych w tabelach w każdym miejscu, gdzie odpowiedź jest udzielana przez wszystkich ankietowanych, a nie dzielona na poszczególne grupy według kryteriów wieku lub wykształcenia. Jeśli w którejś tabeli wyników wszystkie udzielone odpowiedzi nie sumują się do 100 procent, oznacza to, że odsetek brakujący do tej liczby wyraża liczbę osób, które nie udzieliły odpowiedzi na dane pytanie lub udzieliły takiej, która nie mogła być prawidłowo sklasyfikowana (np. zakreśliły 2 lub 3 sprzeczne z sobą odpowiedzi tam, gdzie oczekiwana była tylko jedna).

Podobnie jak w badaniu turystów zwiedzających szlak systemowo w odniesieniu do kilku pytań, kluczowych dla przeprowadzanych w ramach pracy analiz, dokonano skrzyżowania odpowiedzi z danymi metryczkowymi dotyczącymi wieku i wykształcenia respondentów. Wyniki tych obliczeń zostały włączone do treści rozdziału tylko w wypadku gdy, są one przedmiotem komentarza i stanowią podstawę dla formułowania wniosków oraz postulatów w odniesieniu do przebudowy szlaku i jego oferty (por. rozdział 4). Ponieważ także pozostałe uzyskane wyniki mogą okazać się przydatne w późniejszych rozszerzonych analizach, dołączono je do pracy w formie załącznika (Załącznik 11, Grupa „M”). Fakt zamieszczenia szczegółowych wyników w tym załączniku jest każdorazowo sygnalizowany pod komentarzem do wyników danego pytania.

3.2.1. Moduł A - Selekcja:

Odpowiedzi na pytanie **A.1.**, brzmiące „*gdzie znajduje się Pana/Pani aktualne miejsce zamieszkania?*” w tej grupie ankietowanych wypadły następująco: na terenie innego powiatu tego samego województwa zamieszkuje 32.5% odpowiadających, w innym województwie 62.8%, natomiast poza granicami Polski: 4.7%.

Na pytanie **A.2** („*Czy był Pan/Pani wcześniej w tym miejscu?*”) twierdząco odpowiedziało 19.2% osób z tej grupy, przecząco 79.1 % osób, natomiast 1,7% nie udzieliło odpowiedzi.

Na pytanie **A.3.** „*Czy podczas tej podróży zwiedził/a Pan/i już inne obiekty Szlaku Piastowskiego lub podczas tej podróży jeszcze takie zwiedzi?*” - 52.2 % ankietowanych odpowiedziało, iż nie zamierza zwiedzać innych obiektów szlaku, 25.1%, że nie podjęło jeszcze decyzji („nie wiem jeszcze”), natomiast 16.4% stwierdziło, że nie słyszało o Szlaku Piastowskim. Pozostałe 4.3% respondentów z tej grupy nie udzieliło odpowiedzi na to pytanie.

3.2.2. Moduł B - Motywacje badanych

W ramach modułu B określone były motywacje turystów, które wpłynęły na odwiedziny miejsca badania.

Kolejne stwierdzenia pytania **B.1.**, wymagające ustosunkowania się ankietowanego wprowadzało pytanie o treści „*Jak określił(a) by Pan/i trafność poniższych stwierdzeń?*”. Odpowiedzi mogły być udzielane w skali pięciopunktowej, przy czym wskazanie punktu najniższego (1) oznaczało uznanie sugerowanego stwierdzenia za całkowicie nieprawdziwe, zaś wskazanie najwyższego wskazywało na najwyższą trafność, potwierdzając tym samym wysoki stopień zaangażowania badanego w wymienione działanie lub doświadczenie.

Podanie w pytaniu **B.1.1.** stwierdzenia o treści „*Odwiedzam to miejsce, aby nauczyć się czegoś nowego*” miało za zadanie określić stosunek turysty do treści i przedsięwzięć o charakterze edukacyjnym i ustalić poziom jego otwartości na nową wiedzę. Wskazanie najwyższej punktacji może być traktowane jako ujawnienie wyraźniejszych preferencji ukierunkowanych na treści i procesy edukacyjne, które w takim przypadku mogły być głównym impulsem do podjęcia wycieczki do obiektu lub uczestnictwa w tejże. Odpowiedzi w badanej grupie rozłożyły się następująco: Poziom 5 wskazało 44,9% pytanych, poziom 4 – 26,6%, poziom 3: 16,7%, poziom 2 – 6,4%, poziom 1 – 5,2%, odpowiedzi odmówiło: 0,2%.

Najwyższy poziom akceptacji twierdzenia wyrażonego w pytaniu ujawniła niemal połowa badanych, a kolejny - czwarty poziom - ponad jedna czwarta. Suma wskazanych czwórek i piątek wyniosła tym samym nieco ponad 70%, co uprawnia do stwierdzenia, że silna lub wyraźnie dostrzegalna motywacja o charakterze edukacyjnym, a przynajmniej otwartość na przyswojenie nowej wiedzy cechuje znaczącą większość tej grupy i może stanowić decydujący lub jeden z kilku współdecydujących motywów do podjęcia wyprawy turystycznej. Wskazań na poziomie 1, obrazujących brak zainteresowania nową wiedzą było zaledwie nieco ponad 5%, a poziom 2, wskazujący na niewielkie zainteresowanie tym aspektem podróży turystycznej, wybrało tylko nieco ponad 6% badanych, co pozwala uznać otwartość na treści edukacyjne za typową cechę badanej grupy.

W pytaniu **B.1.2.** zawarte było stwierdzenie „*Odwiedzam to miejsce w celach rozrywkowych*”. Rozkład udzielonych odpowiedzi ma ujawniać skalę ukierunkowania badanych na aspekt rozrywki, w tym także na udział w ewentualnych imprezach w trakcie odbywanej podróży i wizyty w obiekcie szlaku. W ocenie trafności stwierdzenia uzyskano następujący rozkład odpowiedzi: Poziom 5 wybrało 19,5% respondentów, poziom 4 – 17,7%, poziom 3 – 19,1%, poziom 2 – 11,3%, poziom 1 –

31,8%, natomiast odpowiedzi nie udzieliło 0,7%. Wyniki wskazują na znaczną polaryzację badanej grupy w odniesieniu do tego aspektu wyprawy. Niemal jedna trzecia respondentów ujawnia brak zainteresowania rozrywkowym elementem wizyty w obiekcie szlaku, kolejne ponad 11 % wykazuje niewielki stopień akceptacji dla wyartykułowanego stwierdzenia – co daje w sumie ponad dwie piąte grupy. Z drugiej strony niemal co piąty badany potwierdził bardzo wysokie zainteresowanie tym aspektem wizyty – co uprawnia do wniosku, że dla tych osób zorganizowana impreza lub inna oferta rozrywki na miejscu może być głównym impulsem do podjęcia podróży. Niewiele mniejsza jest też liczba wskazań poziomu 4 (około jednej szóstej badanych), można więc przyjąć, że dla tej grupy element rozrywki w ofercie na miejscu docelowym mógłby być jednym z elementów współdecydujących o podjęciu aktywności turystycznej.

Pytanie **B.1.3.** poddawało ocenie badanych konstatację: „*Pragnę dowiedzieć się więcej na temat kultury lub historii Polski/Wielkopolski*”. Celem tak sformułowanego polecenia było określenie poziomu koncentracji turystów zwiedzających obiekty na treściach zbieżnych z profilem tematycznym Szlaku Piastowskiego, a tym samym ewentualnych szans ich pozyskania dla oferty zwiedzania szlaku jako spójnej propozycji turystycznej. Oceny trafności stwierdzenia przez badanych wypadły następująco: Poziom 5 wskazało 53,8% turystów, poziom 4 – 21,7%, poziom 3 – 11,1%, poziom 2 – 8,0%, poziom 1 – 5,1%, odpowiedzi nie udzieliło 0,3%. Ustalone wyniki wskazują, że turyści odwiedzający poszczególne obiekty Szlaku Piastowskiego są w znacznej większości zainteresowani tematyką zbieżną z jego profilem (suma wskazań na obydwie najwyższe poziomy skali wynosi 75,5%). Jest to niewiele mniejsza skala zainteresowania, niż ta ustalona dla turystów zwiedzających szlak jako system (było to 86% wskazań na obu najwyższych poziomach). Względna jednolitość preferencji tej grupy w analizowanym zakresie potwierdza także bardzo niski odsetek wskazań braku zainteresowania (poziom 1 wskazało tylko nieco ponad 5% respondentów) oraz stosunkowo niewiele wskazań na poziomie 2 (8%).

Pytanie **B.1.4.**, zawierające stwierdzenie „*Pragnę poczuć atmosferę tego miejsca*” miało na celu ustalenie poziomu ukierunkowania turystów z tej grupy na osobiste doświadczenie materialnych i niematerialnych świadectw dziedzictwa kulturowego, na konfrontację z unikalnymi miejscami i budowlami, a także przekazami otrzymywanymi „in situ”. Ocena trafności tego stwierdzenia przez turystów wypadła następująco: na poziomie 5 – 57,7% wskazań, na poziomie 4 – 21,7%, na 3 – 14,6%, na 2 – 2,6%, na 1 – 2,8%, brak odpowiedzi – 0,7%. Odsetek wskazań dla dwóch najwyższych kategorii razem wyniósł w tej grupie 79,4% czyli niemal 4/5 ogólnej licz-

by badanych. Przy tym większość w skali całej grupy, bo niemal 58% wskazało poziom 5, co oznacza silną koncentrację na subiektywnym doświadczeniu miejsc dzieciństwa, mogącą stanowić decydujący impuls do podjęcia wyprawy turystycznej. Jednocześnie na obie najniższe oceny przypada tylko 5,4% wskazań.

Pytanie **B.1.5.** zmierzało do ustalenia poziomu zainteresowania konkretnymi atrakcjami, jako osobistej preferencji, stojącej ewentualnie w konkurencji do propozycji tematycznego zwiedzania, która jest istotą oferty szlaku jako systemu. Treść oceniającego stwierdzenia brzmiała: „*Nastawiam się głównie na zobaczenie tego miejsca*”. Silna orientacja turystów na zwiedzenie poszczególnych pojedynczych atrakcji, która wzmacnia ich motywację do podejmowania podróży w miejsca ich lokalizacji, w powiązaniu ze słabszą koncentracją na tematyce szlaku jako całości mogłaby oznaczać mniejsze ich zainteresowanie systemem i w efekcie powodować wybiórcze zwiedzanie szlaku lub brak zainteresowania dla takich propozycji. Liczba wskazań dla poszczególnych poziomów akceptacji tego stwierdzenia wygląda następująco: na poziomie 5 – 40,4%, na 4 – 24,1%, na 3 – 17,4%, na 2 – 8,0%, na 1 – 9,5%, odpowiedzi nie udzieliło 0,6% pytanym. Wynik badania pozwala określić stopień koncentracji turystów z tej grupy na konkretnych obiektach jako wysoki (suma wskazań w obu najwyższych punktach skali wyniosła 64,5%), jednak w zestawieniu z jeszcze wyższym poziomem koncentracji na treściach tematycznych Szlaku Piastowskiego nie uzasadnia ewentualnych obaw o możliwy brak zainteresowania wyprawami po szlaku, gdyby dotarła do nich atrakcyjna oferta tego rodzaju.

Dodatkowo odpowiedzi udzielone w tym module zestawiono z danymi metryczkowymi, odnoszącymi się do wieku i wykształcenia respondentów. Dzięki temu można poznać skalę koncentracji poszczególnych grup wiekowych badanych turystów na potencjalnych impulsach mogących wzbudzać chęć odbycia wycieczki, a także relację między poziomem zdobytego wykształcenia a stosunkiem do tych „wyzwalaczy” aktywności turystycznej, które uwzględniono w kolejnych pytaniach. Tabele wyników zamieszczono w Załączniku 11 (Tabele M.B.1.1. i M.B.1.2.).

W pytaniu B.2., którego treść brzmiała „*Jaki jest główny cel Pani/Pana przyjazdu do tego miejsca?*”, odpowiadający mogli wybrać jedną lub maksymalnie dwie odpowiedzi. Celem tego ograniczenia było ustalenie rzeczywistego kontekstu znalezienia się danej osoby w danym obiekcie, gdzie ankietowany wziął udział w badaniu. Zebrane odpowiedzi z jednej strony mogą uzupełniać pozyskaną w poprzedniej serii pytań wiedzę o ogólnych motywacjach turystów, wynikających z ich zainteresowań i preferencji, z drugiej - pomóc ustalić najsilniejsze impulsy, bezpośrednio wpływające na decyzje o aktywności turystycznej ukierunkowanej na dany obiekt.

Ewaluacja odpowiedzi na to pytanie może też być pomocna w określeniu kontekstu podróży, w szczególności zaś ustaleniu, w jak dużej grupie przypadków celem wycieczki było faktycznie zwiedzenie jednej lub określonej grupy atrakcji, przynajmniej częściowo zaliczających się do obiektów szlaku, w jakiej uczestnictwo w imprezach kulturalnych, organizowanych w danym obiekcie lub w jego otoczeniu, albo też w określeniu jako głównych motywów wyjazdu innych, nie zaliczanych bezpośrednio do typowych impulsów aktywności turystyczno-kulturowej. Należy jednak zauważyć, że także w przypadku wyboru opcji urlopu/wakacji może się okazać, że formą tych wakacji jest właśnie aktywność turystyczno-kulturowa, dlatego kolejne pytanie modułu B będzie służyło wyodrębnieniu tej grupy. Wynik badania w omawianym zakresie prezentuje Tabela 46.

Tabela 46. *Główny cel przyjazdu (TO)*

główny cel przyjazdu	%
Zwiedzanie poszczególnych konkretnych atrakcji kulturowych	57.7
Wakacje / urlop spędzany tutaj(proszę przejść do pytania B3)	32.2
Wizyta u krewnych lub przyjaciół	19.2
Zwiedzanie Szlaku Piastowskiego jako grupy miejsc/obiektów	0.0
Uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych	10.6
Inny cel	4.1
Biznes lub konferencja	2.3
Wydarzenia sportowe	1.9
Zakupy	1.6
brak odpowiedzi	1.4

Największa grupa spośród badanych, bo niemal 3/5 zwiedzała obiekt szlaku jako główne lub jedno z głównych miejsc docelowych swojej wycieczki, zatem z różnych powodów dla nich atrakcyjne, jednak nie jako punkt na trasie tematycznej lub innej dłuższej wycieczki o charakterze objazdowym. Na urlop lub wakacje jako powód znalezienia się w obiekcie szlaku wskazała niemal jedna trzecia badanych – w kolejnych pytaniach zostaną oni szczegółowo zapytani o formę tego urlopu. Niemal jedna piąta (czyli znacznie więcej niż w przypadku turystów zwiedzających szlak) skorzystała z okazji do zwiedzenia obiektu w ramach swojej prywatnej wizyty u krewnych lub znajomych. Więcej niż co dziesiąty spośród zwiedzających pojedyncze obiekty znalazł się tam z powodu uczestnictwa w imprezie kulturalnej (co stanowi odsetek niemal dwukrotnie wyższy niż w przypadku turystów zwiedzających szlak). Około jednej dziesiątej zwiedzających znalazło się w obiekcie w trakcie innego rodzaju wyjazdu - to grupa sześciokrotnie większa niż wśród turystów na szlaku, jednak z powodu różnorodności jej motywacji i głównych celów trudno byłoby sformułować konkretny rodzaj oferty, która mogłaby ich zainteresować.

Różnica odsetka osób odwiedzających obiekt w związku z uczestnictwem w evencie kulturowym w porównaniu z jej udziałem w grupie zwiedzających szlak jako system wskazuje na znacznie większy aktualnie wpływ eventów dla wielkości ruchu turystycznego w obiektach, niż w przypadku ruchu ukierunkowanego na zwiedzanie szlaku.

Pytanie B.3. („Jeśli jest Pan/Pani na wakacjach/urlopie, jaki to rodzaj wakacji?”) było skierowane wyłącznie do grupy osób, która w poprzednim pytaniu zaznaczyła wakacje bądź urlop (a więc wielodniową postać wyjazdu turystycznego) jako realizowaną przez siebie formę wyjazdu. Celem zadania pytania było ustalenie, jakie formy organizacji wyjazdu urlopowego są najbardziej popularne wśród osób odwiedzających obiekty Szlaku Piastowskiego jako osobne cele wycieczek (lub wizyt), komplementarne dla głównego celu ich wyjazdu. Może to pomóc w wykreowaniu takiej oferty obiektów, która możliwie najlepiej odpowiadałaby preferowanej aktywności turystycznej tej grupy turystów, ewentualnie także w skonstruowaniu przez koordynatora szlaku oferty obejmującej przynajmniej szereg jego obiektów zlokalizowanych w danym mikroregionie. Wśród sposobów spędzania urlopu uwzględniono szereg aktywnych form zwiedzania, typowych dla turystów motywowanych kulturowo i zainteresowanych kulturowo. Są to osoby świadomie i od początku określające plan swoich podróży i realizujące go samodzielnie bądź w ramach zorganizowanych grupowych wypraw, w tym wycieczek objazdowych, innych pobytów o charakterze kulturowym oraz wycieczek do konkretnych miejscowości. Pytanie służyło także wyodrębnieniu i ustaleniu liczebności w grupie zwiedzających obiekty tych osób, których wizyty w obiektach Szlaku Piastowskiego odbywają się odpowiednio w ramach urlopu, wakacji, wypoczynku biernego lub aktywnego, turnusów zdrowotnych, wakacji ukierunkowanych na kontakt z przyrodą lub jeszcze innych przedsięwzięć. Wskazujących te odpowiedzi należałoby zaliczyć do grupy turystów przyciąganych kulturowo i przyjąć, że ich wizyta w obiektach szlaku jest raczej konsekwencją późniejszej decyzji, podjętej przy okazji realizowania celu głównego, klasyfikowanego w ramach form turystyki innych niż kulturowa.

Tabela 47. Rodzaj realizowanego wyjazdu (TO)

Rodzaj pobytu / wakacji	%	Rodzaj pobytu / wakacji	%
Wypoczynkowe	29.5	Zdrowotne (w tym wellness)	4.9
Wycieczka do miejscowości	24.6	Na łonie natury / ekoturystyczne	3.6
Inna wycieczka objazdowa	9.9	Aktywne-usportowione	3.1
Edukacyjne	6.2	inne	2.4
Wiejskie / agroturystyka	6.3	formą urlopu/wakacji jest zwiedzanie Szlaku Piastowskiego	0.0
Kulturowe wakacje innego rodzaju	5.2	brak odpowiedzi	4.1

Rozkład odpowiedzi na powyższe pytanie ukazany w **Tabeli 47** pozwala stwierdzić, że największy odsetek (niemal jedna trzecia) odwiedzających pojedyncze obiekty szlaku podczas dłuższego wyjazdu wakacyjnego pojawia się w nich w ramach urlopu o charakterze wypoczynkowym. Z kolei niemal jedna czwarta realizuje swój urlop w formie aktywnej, jako dłuższą wycieczkę objazdową, której jednym z celów jest dany obiekt. W sumie niewiele mniejszy odsetek zwiedzających z tej grupy (21.3%) pojawia się w obiektach w trakcie realizacji innej formy turystyki kulturowej, z czego jedna dziesiąta ogółu spędzających w ten sposób wakacje to uczestnicy wycieczek objazdowych, co wydaje się naturalne w atrakcyjnych obiektach, leżących na trasie takich wyjazdów i zwiedzanych niejako „przy okazji”. Zauważalna grupa turystów przebywa w przestrzeni szlaku realizując wakacje zdrowotne w mikroregionach w przestrzeni szlaku będących częstszymi destynacjami takich wyjazdów. Inna duża grupa respondentów spędzających wakacje w przestrzeni szlaku deklaruje jako główne cele wakacje wiejskie lub „ekologiczne” (niemal 10%). Znikomy odsetek w badanej grupie stanowią uczestnicy turystyki aktywnej. Nie powinno to dziwić w kontekście relatywnie niewielkiej ilości miejsc w ośrodkach aktywnej turystyki poza większymi miastami.

3.2.3. Moduł C - Preferencje turystyczne

W ramach modułu C (w kwestionariuszu dla tej grupy turystów skróconego do jednego pytania) ustalane były preferencje turystyczne badanych odniesieniu do poszczególnych typów obiektów lub wydarzeń, w których turyści szczególnie chętnie byliby skłonni uczestniczyć. Wyniki odpowiedzi na to pytanie mogą być pomocne na etapie ewentualnych działań koncepcyjnych zmierzających do modyfikacji struktury obiektów Szlaku Piastowskiego, przy wprowadzaniu nowych obiektów wykreowanych dla potrzeb turystyki oraz przy kreacji nowych eventów w przestrzeni szlaku. Pytania tego modułu były zadawane całej grupie osób wypełniających kwestionariusz „Medium”.

Tabela 48. obrazuje rozkład odpowiedzi na pytanie **C.3.** (*„Proszę wskazać 5 typów obiektów/wydarzeń, wartych zwiedzenia lub uczestnictwa, do których najprędzej podjąłby Pan(i) podróż w ramach urlopu/wakacji lub wolnego weekendu”* - w kolejności najliczniejszych wskazań. Wolno było wskazać do 5 obiektów.

Z analizy odpowiedzi na pytanie C.3. wynika, że preferencje zwiedzających pojedyncze obiekty szlaku są nieco mniej skoncentrowane na określonych ich typach. Nie powinno to dziwić, ponieważ jest to grupa wyodrębniona właśnie na podstawie obecności w różnorodnych obiektach, w których dokonywano badań, w dodatku niekoniecznie zainteresowana wprost (historyczną) tematyką Szlaku Piastowskiego. Wśród obiektów i świadectw materialnego dziedzictwa obiekty szlaku także badani

z tej grupy preferują zabytki architektury, jakkolwiek ich przewaga nad innymi obiektami jest tu mniejsza niż w przypadku zwiedzających szlak systemowo. Właśnie zabytków dotyczą dwa najczęstsze wskazania, przy czym średniowieczne obiekty obronne zebrały niemal trzy piąte, a zabytkowe pałace nieco ponad połowę wskazań. Na trzeciej pozycji znajdują się sanktuaria i historyczne świątynie z niemal 1/3 wskazań, co różni preferencje tej grupy od wyborów turystów zwiedzających szlak jako całość (w tamtej grupie obiekty tego typu były dopiero na szóstej pozycji z 23% wskazań). Na liście preferencji wysoko lokują się w tej grupie miejsca ważnych wydarzeń (niemal jedna trzecia wskazań) oraz pola bitewne (około jednej czwartej).

Tabela 48. *Preferowane obiekty/wydarzenia (TO)*

obiekt / wydarzenie	%	obiekt / wydarzenie	%
zamki średniowieczne	57.2	miejsca tradycyjnego rzemiosła	10.6
zabytkowe pałace	51.8	miejsca nawiedzane przez duchy	10.6
sanktuaria i historyczne kościoły	32.3	muzea techniki	10.6
miejsca wydarzeń historycznych	31.1	festiwale filmu i kina	10.4
muzea i wystawy sztuki	28.7	festiwale muzyki popularnej	9.9
parki i ogrody	27.8	stare fabryki	9.2
miejsca bitew	25.2	regiony z ciekawym folklorem	8.4
skanseny wsi	20.5	festiwale teatralne	8.2
muzea i wystawy historyczne	19.8	wydarzenia (zjazdy) religijne	8.0
historyczne pomniki	16.7	skanseny przemysłu	7.7
tematyczne trasy turystyczne w miastach	13.7	kursy języków obcych	6.1
wielkie miasta	13.4	zjazdy kolekcjonerów	5.7
historyczne małe miasta	12.2	wielkie miejskie galerie handlowe	5.2
udział w warsztatach artystycznych	11.9	inny b/ rak odpowiedzi	1.4
restauracje z tradycyjnym menu	11.7	brak odpowiedzi	0.3
miejsca martyrologii wojennej	11.5		

Muzea i wystawy sztuki oraz muzea historyczne uzyskały łącznie niemal połowę wskazań (48.5%), przy czym przewaga muzeów sztuki jest dość wyraźna (ponad 8% przed następnym typem muzeów - skansenami). Wypada zatem powtórzyć sugestię wobec administratorów muzeów historycznych oraz lokalnych władz podejmujących starania o urządzenie muzeów lub modyfikujących ich ofertę, by obok wystaw historycznych tworzyli stałe lub chętniej i częściej urządzali czasowe ekspozycje o charakterze artystycznym, nawiązujące m.in. do dorobku lokalnych twórców lub dzieł tematycznie związanych z profilem danego obiektu. Oferta skansenów (muzeów budownictwa ludowego) interesuje około jednej piątej, a muzeów techniki około jednej dziesiątej badanych. Podobnie jak w przypadku zwiedzających Szlak Piastowski, w tej grupie wysoka jest pozycja parków i ogrodów jako potencjalnych celów

wycieczek i zwiedzania (27.8%). Badani z tej grupy chętniej natomiast niż turyści na szlaku oglądają historyczne pomniki (prawie 17% w tej grupie do 11.2% w poprzedniej) oraz zwiedzają wielkie miasta (13.4% do 8.8% wśród turystów na szlaku). Wspólnie muzea wszystkich typów osiągają 79.6% wskazań, co przy zsumowaniu dałoby im najwyższą pozycję w tej grupie badanych. Niemal tę samą, znaczącą liczbę wskazań co w grupie zwiedzających szlak uzyskały tematyczne trasy miejskie (13.7% do 14.4%), co sygnalizuje gotowość znaczącego odsetka badanych turystów do zaakceptowania oferty innej niż konkretnego obiektu lub miejsca. Na poziomie średnim lokuje się zainteresowanie miastami jako całościowymi przedmiotami zwiedzania (wielkie miasta: 13.4%, historyczne małe miasta: 12.2%), przy czym - co ciekawe - ta grupa turystów preferuje miejscowości duże przed małymi, nawet posiadającymi znaczące zabytki.

Badanie preferencji wykazuje, że także w tej grupie zainteresowanie eventami poza profilem zwiedzanych obiektów jest na najwyższym średnim poziomie (festiwale filmu i kina, a także popularnej muzyki uzyskują po około jednej dziesiątej wskazań, festiwale teatralne: 8.2%, zjazdy religijne - 8.0%). Natomiast warto zauważyć, że popularność udziału w warsztatach artystycznych (11.9%) jest w tej grupie znacząco wyższa niż wśród zwiedzających szlak (7.8%), co wskazuje na nich raczej niż na tych ostatnich jako na podstawową grupę adresatów oferty turystyki kreatywnej.

Podobnie jak zwiedzający szlak, także turyści z analizowanej grupy wykazują w ramach wyjazdu turystycznego niewielkie zainteresowanie udziałem w systematycznych zajęciach edukacyjnych, nie artykułują też szczególnie często potrzeby korzystania z oferty handlowej wielkich miast. Niemal identyczny (niewielki) odsetek wskazań odnoszących się do zjazdów kolekcjonerów potwierdza ujawniony już w grupie zwiedzających szlak fakt ograniczonego zainteresowania tym rodzajem turystyki kulturowej ze strony polskich turystów. Z kolei porównywalna (11.7% do 12.8% w poprzedniej grupie) jest liczba wskazań na restauracje z tradycyjnym menu jako na cele wycieczek lub wizyt, potwierdzająca stopniowo rosnące znaczenie oferty kulinarnej, uzupełniającej spotkanie z dziedzictwem kulturowym miejsca lub regionu.

W efekcie skrzyżowania wyników odpowiedzi na pytanie C.3 oraz danych metryczkowych respondentów uzyskano rozkład preferencji dotyczących obiektów lub eventów w rozbiciu na grupy wiekowe i w relacji do posiadanego wykształcenia. Tabele wyników zamieszczono w Załączniku 11 (Tabele M.C.3.1. i M.C.3.2.).

Różnice preferencji badanych w relacji do ich wieku okazały się stosunkowo niewielkie. W większości grup wiekowych preferowanym typem atrakcji okazały się średniowieczne zamki obronne (od 48.3% do nawet 76.7% wskazań), a drugim najczęściej wskazywanym były zabytkowe pałace. Tylko dwie najstarsze grupy respon-

dentów na pierwszym miejscu wskazały zabytkowe rezydencje (na drugim zaś zamki). W najmłodszej grupie wyraźnie (także na pierwszym miejscu), a w kolejnej (16-19-latków) przez wskazanie ze strony znacząco większego niż w innych grupach odsetka badanych wyróżnia się preferencja dla miejsc bitew. We wszystkich grupach wiekowych znaczną liczbę wskazań uzyskiwały miejsca wydarzeń historycznych (między jedną czwartą na nawet połową wskazań). Natomiast pozycja sanktuariów historycznych wyraźnie umacnia się wraz z wiekiem badanych. O ile w grupie najmłodszej nie ma ona zwolenników, to wśród najstarszych jest ich niemal połowa. Wśród wydarzeń (rzadko wskazywanych jako pierwszorzędne cele wycieczek i odwiedzin) festiwale filmu i kina (26.1% oraz 17.1%) a także festiwale muzyki popularnej (30.4% oraz 18.9%) największą popularnością cieszą się odpowiednio w grupach 16-19-latków oraz 20-29-latków, natomiast eventy religijne – w dwóch najstarszych grupach, z wyraźną przewagą w grupie powyżej 60 lat (16.7%). Tematyczne trasy w miastach najbardziej popularne są w trzech grupach środkowych (od 20 do 49 lat), natomiast restauracje z tradycyjnym menu największy odsetek zwolenników koncentrują w przedziałach od 30 do 59 lat (od 12.7% do 14.7%). Udział w warsztatach kreatywnych ma zdecydowanie największy odsetek zwolenników w grupie wiekowej 16-19 lat (aż 21.7%) i dalej w kolejnej (15.3%), co może być efektem nowych, interaktywnych form edukacji, których te grupy zdołały już doświadczyć w szkole. Kursy języków obcych (generalnie mało popularne w tej grupie badanych), w najmłodszych przedziałach wiekowych mają znacznie większe grono zwolenników (od około 11% do nawet 30%), co także może być skutkiem osobistych pozytywnych doświadczeń. Poza grupą najmłodszą także muzea i wystawy historyczne mają mniej więcej stabilny odsetek zwolenników we wszystkich przedziałach wiekowych, wynoszący od 17.4% do 22.9% wskazań w danej grupie. Natomiast odsetek osób gotowych odwiedzać skanseny (muzea wiejskie) wydaje się generalnie rosnać wraz z wiekiem (od niecałych 9% w grupie 16-19-latków do jednej czwartej w grupie powyżej lat 60-ciu. Muzea i wystawy sztuki mają stabilny odsetek zwolenników we wszystkich grupach starszych niż 19 lat (od 21% do 32%), poza grupą najstarszą, gdzie wzrasta on bardzo znacznie i osiąga ponad dwie piąte wskazań.

Warto odnotować, że - niezależnie od statusu edukacyjnego badanych - w każdej grupie najczęściej wskazywanymi typami obiektów atrakcyjnych dla zwiedzania okazały się zabytki architektury: średniowieczne zamki (na pierwszej pozycji w czterech z pięciu grup) lub zabytkowe pałace (najpopularniejsze w grupie osób z wykształceniem średnim, w pozostałych na drugiej pozycji). Wielka różnica występuje natomiast w odniesieniu do festiwali muzyki popularnej: o ile w grupie z wykształceniem podstawowym (!) i wyższym mają one znikomą liczbę zwolenników, to w grupie z wykształceniem zawodowym odsetek wskazań przekracza jedną czwartą.

Niezależnie od mogącego zaskakiwać wysokiego poziomu wskazań warta odnotowania wydaje się również stabilna (od około jednej czwartej do około jednej trzeciej) pozycja muzeów i wystaw sztuki we wszystkich grupach, niezależnie od poziomu wykształcenia. Mogłoby to oznaczać potwierdzenie tezy prezentowanej przez część kulturoznawców, że poziom zainteresowania sztuką coraz rzadziej stoi w bezpośredniej relacji do formalnego statusu edukacyjnego.

3.2.4. Moduł D - Pobyt i aktywność turystyczna

Pytania tego modułu miały na celu określenie kwestii istotnych dla ekonomicznego aspektu wizyt turystycznych w obiektach szlaku. Były wśród nich pytania o długość odbywanej wyprawy turystycznej, ewentualne wykorzystanie oferty noclegowej, wybierany typ usług noclegowych, a także o położenie miejsca noclegu w stosunku do przestrzeni Szlaku Piastowskiego. Pozostałe pytania zmierzały do ustalenia ogólnej skali wykorzystania przez badanych z tej grupy oferty kulturalnej oraz ich oceny pobytu w miejscu badania (obiekcie szlaku) i jakości świadczonych tam usług.

Pytanie **D.1.** brzmiało: „*Jak długi wyjazd Pan/Pani realizuje/planuje tym razem? Proszę zaznaczyć liczbę nocy?*” Poniżej (w **tabeli 49**) ukazano rozkład odpowiedzi na to pytanie.

Tabela 49. Długość wyjazdu (TO)

Ilość noclegów	0	1	2	3	4-7	8-14	powyżej 14	Brak odpowiedzi
%	25.2	21.6	16.4	10.9	11.3	7.6	4.2	0.9

Najczęstsze w grupie badanych okazują się wyjazdy trwające najwyżej jeden dzień bez noclegu (ponad jedna czwarta), oraz więcej niż jeden dzień z jednym noclegiem (21.6%). Osoby realizujące wycieczkę z dwoma noclegami stanowiły około jednej szóstej analizowanej grupy, a liczba osób korzystających z trzech noclegów lub nocujących od 4 do 7 razy była mniej więcej równa i każdorazowo wynosiła nieco ponad dziesiątą badanej grupy.

Natomiast osoby korzystające z więcej niż siedmiu noclegów (co do których należy przyjąć, że zwiedziły obiekty szlaku raczej w ramach dłuższego pobytu urlopowego niż wycieczki) stanowiły łącznie niecałą jedną ósmą ogółu badanych.

Na pytanie **D.2.1** o treści „*Jeśli wyjazd trwa ponad dzień, to czy chociaż jeden nocleg wypadł na obszarze Szlaku Piastowskiego?*”. 43,5 % badanych odpowiedziało na to pytanie twierdząco, natomiast 56.5% - przecząco. Oznacza to, że w przypadku osób zwiedzających pojedyncze obiekty szlaku odsetek korzystających z noclegu

w jego przestrzeni (na obszarze gmin posiadających jego obiekty) jest niższy niż wśród zwiedzających szlak jako propozycję zwartą.

D.2.2. Osoby odpowiadające pozytywnie na pytanie D.2.1. zostały zapytane o ilość noclegów, z których skorzystały na obszarze Szlaku Piastowskiego (**„Jeśli TAK, to ile razy”**). Średnia ilość wykorzystanych noclegów wśród tych osób wyniosła **1.9**, co jest wynikiem znacząco niższym niż wśród zwiedzających szlak, jednak nadal dobrym i potwierdza konieczność lepszego zagospodarowania ich czasu wolnego na tym obszarze oraz popularyzacji tej oferty na miejscu, także za pośrednictwem zwiedzanych obiektów i miejsc noclegów.

Pytanie **D.3.** było skierowane tylko do tych badanych, którzy skorzystali z noclegu podczas swojego wyjazdu: *„Jeśli odpowiedź w D2.1 brzmi „tak” to jaki rodzaj noclegu wybrał/-a Pan/Pani podczas tej wycieczki?”*. Strukturę odpowiedzi obrazuje **Tabela 50.**

Tabela 50. Typ wykorzystanego noclegu (TO)

typ noclegu	%	typ noclegu	%
Pensjonat / pokój w prywatnym domu	23.2	Jeszcze nie wiem	7.8
Hotel	16.8	Motel	2.9
U rodziny lub przyjaciół	15.2	Własne mieszkanie / dom wakacyjny	2.6
Hostel / schronisko turystyczne	14.4	Inny, jaki?	2.4
Przyczepa campingowa / namiot / camper	9.6	Apartament	1.9
		brak odpowiedzi	3.3

Także w tej grupie badanych najczęstszym typem wykorzystywanej usługi noclegowej był pokój w pensjonacie lub domu prywatnym, prowadzącym wynajem pokoi gościnnych (z braku osobnej kategorii w tym pytaniu należy tu uwzględnić także ofertę agroturystyczną) – takie zakwaterowanie wybrała niemal jedna czwarta osób decydujących się na nocleg. Drugim najpopularniejszym rodzajem zakwaterowania był hotel (niecałe 17%), należy jednak zwrócić uwagę, że w obu przypadkach na poszczególne formy noclegu w tej grupie zdecydował się mniejszy odsetek badanych niż wśród turystów zwiedzających szlak systematycznie. Kolejne najczęściej wybierane dwie formy noclegu w przypadku analizowanej grupy to skorzystanie z gościnności przyjaciół, krewnych i znajomych (zatem zakwaterowanie nie generujące zysku komercyjnego na obszarze recepcji) oraz - w niemal identycznej skali - tańsze zakwaterowanie zbiorowe, czyli hostel lub schronisko turystyczne. Znacznie większy odsetek osób w tej grupie badanych niż w przypadku zwiedzających szlak wybrał camping lub podobne formy noclegu (była ich niemal jedna dziesiąta). Wydaje się to wskazywać na fakt, że spędzając urlop o charakterze bardziej stacjonarnym i rekre-

acyjnym, chętniej skorzystają oni z oferty o profilu kulturowym na miejscu i zwiedzą atrakcje antropogeniczne, niż podejmą serię wyjazdów, realizując w ten sposób zwiedzanie szlaku lub jego części. Podobnie znacznie większy w analizowanej grupie zwiedzającej pojedyncze obiekty szlaku był odsetek osób, które - zdecydowane na nocleg - w chwili badania nie wiedziały jeszcze, z jakiego typu oferty skorzystają.

W przypadku relatywnie licznej grupy wybierającej campingi i namioty możemy mieć do czynienia z typowymi przedstawicielami turystów przyciąganych kulturowo, dla których pierwszorzędna motywacja do wyjazdu jest inna niż kulturowa, a skorzystanie z oferty tego rodzaju stanowi skutek spontanicznej decyzji i generalnie nie zmienia hierarchii celów ani struktury urlopu. Szczegółowo rozkład odpowiedzi na to pytanie w poszczególnych grupach wiekowych i w relacji do wykształcenia badanych ilustrują tabele M.D.3.1 i M.D.3.2 zamieszczone w Załączniku 11.

Na pytanie **D.4.**, sformułowane jak następuje: „Czy podczas ostatnich (12 miesięcy) zwiedzał/a Pan(i) lub podczas tego roku ma zamiar zwiedzić poniższe obiekty oraz brał/-a udział w poniższych wydarzeniach kulturalnych? Proszę zaznaczyć te, przy których odpowiedź brzmi „tak”” - badani mogli wskazać dowolną liczbę odpowiedzi. Ich rozkład ilustruje poniższa **Tabela 51**.

Tabela 51. Zwiedzanie i wykorzystanie oferty kulturalnej (TO)

D.4.: zwiedzanie / udział	%	D.4.: zwiedzanie / udział	%
Zabytki	72.7	Imprezy taneczne	18.6
Muzea	62.8	Koncerty muzyki pop	17.4
Miejsca historyczne	58.8	Międzynarodowe imprezy muzyczne	17.2
Kino	52.9	Centra dziedzictwa i/lub rzemiosła	16.7
Miejsca kultu religijnego	48.0	Koncerty muzyki klasycznej	12.9
Galerie sztuki	27.8	brak odpowiedzi	2.4
Teatry	27.1	Inne	1.7
Festiwale lokalne	27.1		

W badanej grupie odsetek wskazań na obiekty o profilach typowych dla Szlaku Piastowskiego i innych szlaków kulturowych jest niższy od tych ustalonych dla grupy turystów zwiedzających Szlak Piastowski, niemniej pozostaje relatywnie wysoki.

Szczegółowo rozkład odpowiedzi na to pytanie w poszczególnych grupach wiekowych i w relacji do wykształcenia badanych ilustrują tabele M.D.4.1 i M.D.4.2 zamieszczone w Załączniku 11.

Kolejne pytania (od **D.5.** do **D.8**) miały na celu ustalenie oceny pobytu w zwiedzanym przez badanych obiekcie Szlaku Piastowskiego. Turyści wyrażali ją w formie wskazań na dziesięciopunktowej skali. Wybór opcji jednego punktu (1) oznaczał najwyższy poziom niezadowolenia, wybór opcji najwyższej (10) oznaczał pełne zadowolenie.

D.5. „Proszę ocenić poziom zadowolenia z Pana/Pani pobytu w tym miejscu?”

Poziom 1- duże niezadowolenie, Poziom 10 – najwyższe zadowolenie

Tabela 52. Zadowolenie z pobytu w obiekcie (TO)

Ocena	9	10	8	7	6	5	4	2	brak odpowiedzi	3	1
%	27.5	27.2	18.4	12.5	5.7	4.9	1.4	0.9	0.9	0.5	0%

Średnia odpowiedzi (obrazująca poziom zadowolenia z pobytu w obiekcie) wyniosła:

8.16, przy czym najczęściej wskazywanym był poziom „9”.

D.6. „W jakim stopniu pobyt w tym miejscu spełnił Pana(i) oczekiwania?”

Poziom 1- wcale, w stopniu minimalnym, poziom 10 - w pełni, ponad oczekiwania

Tabela 53. Ocena poziomu spełnienia oczekiwań w obiekcie (TO)

ocena	10	8	9	7	5	6	4	3	Brak odpowiedzi	1	2
%	29.8	25.9	16.7	11.8	5.9	4.5	2.8	1.2	0.7	0.5	0.2

Średni wynik (obrazujący poziom spełnienia oczekiwań związanych z wizytą) wyniósł **8.12**, przy czym najczęściej wskazywanym był poziom „10”.

D.7. „Proszę ocenić poziom gościnności/życzliwości z jakim spotkał(a) się Pan(i) w tym miejscu ze strony personelu obiektu /pracowników obsługi/ mieszkańców?”

Poziom 1 oznaczał stwierdzenie „wyraźnego braku życzliwości / gościnności, Poziom 10 oznaczał „wybitną życzliwość / gościnność, wykraczającą ponad oczekiwania”

Tabela 54. Ocena gościnności w obiekcie (TO)

ocena	10	8	7	9	6	5	4	Brak odpowiedzi	1	3	2
%	28.9	23.7	16.9	16.4	5.2	4.2	1.7	1.7	0.7	0.7	0

Średni wynik (obrazujący odczucie gościnności przez turystów) wyniósł **8.18**, przy czym najczęściej wskazywany był poziom „10”.

D.8. „Proszę ocenić zakres i poziom obsługi Pana(i) jako turysty w tym miejscu”.

Wybór poziomu 1 oznaczał „wyraźne braki w stosunku do oczekiwań/standardów”, wybór poziomu 10 - stwierdzenie „bardzo wysokiego poziomu i szerokiego zakresu ofert/usług, który wykraczał poza oczekiwania”

Tabela 55. Ocena poziomu obsługi w obiekcie (TO)

ocena	8	9	7	10	5	6	4	3	Brak odpowiedzi	1	2
%	26.4	18.5	17.2	16.6	8.3	7.8	2.4	1.2	0.9	0.5	0.2

Średni wynik (obrazujący ocenę jakości oferty i obsługi turystycznej) wyniósł **7.08**, przy czym najczęściej wskazywany był poziom „8”.

Pytanie **D.9.** dotyczyło mankamentów w zwiedzanym obiekcie. Treść pytania brzmiała: „*Jeśli wystąpiły zauważalne braki, to jakie?*” Struktura pytania była otwarta, zatem badani mieli możliwość wyrażenia braków własnymi słowami, w tym także szerszego ich opisu. Około 15% badanych z tej grupy (137 osób) wykorzystało tę możliwość.

Poniżej zestawiono mankamenty obiektów oraz ich bezpośredniego otoczenia, będące przedmiotem najczęstszych uwag turystów z analizowanej grupy. Uwzględniono uwagi zgłaszane wielokrotnie (pojawiające się w więcej niż 3 kwestionariuszach). Uwagi sklasyfikowano zgodnie z ich przedmiotem, cytując każdorazowo dosłownie po kilka typowych stwierdzeń badanych:

- **mankamenty wystaw:** (31 wskazań), między innymi: „za mało siedzeń na wystawie”, „wystawa za mała”, „wystawa zbyt mało obszerna”, „nudna wystawa”, „niewystarczająca ilość eksponatów”, „zbyt krótki czas podświetlania eksponatów”, **w tym dobór eksponatów i poziom urządzenia wystaw:** „słaba jakość wystawy”, „wystawa z pocztówkami w piastowskiej wieży to jakaś żenada” „potrzebne repliki urządzeń historycznych, by każdy mógł ich dotknąć i poznać jak w dawnych czasach wyglądało życie na wsi”,
- **problemy z dostępnością obiektów:** (18 wskazań), m.in.: „brak wstępu na niektóre obiekty”, „niedostępność obiektu (nieoczekiwana)”, „obiekt niedostępny”,
- **niedostateczna informacja w miejscowości** (16 wskazań) m.in.: „brakuje bezpłatnych informatorów o okolicy”, „mało map, brak planów miasta”, „brak informacji i oznaczeń”, „trudno znaleźć niektóre miejsca”, „informacji turystycznej nie ma, mało kto coś wie”,
- **braki w przygotowaniu obiektu do zwiedzania:** (13 wskazań), m.in.: „potrzebne znacznie lepsze oświetlenie poszczególnych elementów”, „słabe oświetlenie wnętrza kościoła”, „potrzebne dokładniejsze opisy danych miejsc”, „brak słuchawek do opisu obiektu”, „brak opisów niektórych obiektów”, „brak audioguidów”, „obrys murów zamkowych powinien być oznaczony”, „bardzo przydałaby się makieta zamku”, „brak bardziej szczegółowych opisów wewnątrz katedry”,
- **niedostateczna informacja w obiekcie:** (13 wskazań), m.in. „brak dokładnej informacji co do poruszania się w obiekcie”, „ulotki dotyczą tylko jadalni”, „na miejscu nie ma informacji”, „brak folderów, przewodników, pamiatek związanych z miejscem”,
- **słabe oznaczenia obiektu lub drogi dojścia:** (11 wskazań), m.in.: „brak wskazówek w mieście na temat zabytku i jego położenia”, „brak oznakowania drogi do kościoła”,

- **problemy z dojazdem:** (9 wskazań), m.in.: „ciężki dojazd”, „słaby dojazd”, „bardzo uciążliwy dojazd”,
- **braki gastronomii:** (9 wskazań), m.in.: „nie ma dobrej restauracji”, „potworna pizza”, „w restauracji nie było informacji o rezerwacji całego lokalu”, „nie ma regionalnych potraw”, „mało tradycyjnego jedzenia”,
- **poziom oferty noclegowej:** (8 wskazań), m.in.: „w schronisku nie ma pralek dla turystów”, „nie wszystko na noclegu było OK”, „brudne łazienki na campingu”,
- **infrastruktura w obiektach:** (6 wskazań), m.in. „nie można płacić w kasie obiektu kartą płatniczą”, „kiepskie toalety”, „brak toalet”,
- **infrastruktura w otoczeniu obiektów:** (6 wskazań), m.in.: „brak parkingu”, „słabo oznaczone miejsca parkingowe”, „trudno o parking w pobliżu”, „brak ławek przed obiektem”, „brak śmietników”, „brak koszy na śmieci”;
- **estetyka obiektu lub otoczenia:** (5 wskazań), m.in.: „szpecące napisy na murach”, „konieczne odrestaurowanie wnętrza bazyliki”, „dużo miejsc do remontu”, „otoczenie powinno być bardziej zadbane”,
- **problemy z personelem obsługi turystów:** (5 wskazań), m.in. „obsługa bez uśmiechu”, „brak przewodnika”, „niska dostępność przewodników turystycznych”, „pytany pracownik prawie nic nie wie”,
- **brak oferty wolnego czasu poza zwiedzaniem:** (4 wskazania), m.in.: „brak innych propozycji spędzenia czasu”; „poza samym zwiedzaniem i programem nie ma nic do zrobienia”;
- **braki w zakresie promocji:** (4 wskazania), m.in.: „brak odpowiedniej promocji tego miejsca”, „brak promocji choćby w Polsce, a już nie wspomnę o Europie i świecie”.

3.2.5. Moduł F - Wydatki turystów

Pytania tego modułu zmierzały do ustalenia skali wydatków turystów zwiedzających Szlak Piastowski, związanych bezpośrednio z ich wyjazdem. W celu określenia przeciętnych wydatków na osobę w tym segmencie pojawia się pytanie o liczbę osób uczestniczących w wyjeździe. Ponieważ osoby do lat 16, jako nie podejmujące samodzielnie decyzji w kwestii zachowań turystycznych, generalnie nie wchodzi w zakres grupy badanej, w tym segmencie pojawia się także pytanie o liczbę dzieci biorących udział w wycieczce i pozostających pod opieką respondenta. Kolejne pytania zmierzają do określenia struktury wydatków, co ma znaczny wpływ na skalę i strukturę zysków na obszarze recepcji turystycznej i z tego powodu może być przedmiotem szczegółowych analiz.

Ogólne pytanie wprowadzające moduł F brzmiało: „*Ile pieniędzy wydał/-a Pan/Pani lub zamierza wydać podczas tego wyjazdu (kwoty w złotychkach)?*”

W kolejnych pytaniach tego modułu zostały ustalone:

F.1.1.: Liczba osób uczestniczących w wyjeździe - średnia wyniosła: **2.36**

F.1.2.: W tym liczba dzieci poniżej 16 lat. Dla każdej osoby wypełniającej ankietę średnia wyniosła: **0.71**

F.1.3.: Wydatki na wszystkich uczestników: średnia wyniosła: **801.58** złotych łącznie.

F.1.3a: Statystycznie wydatki na osobę, przy uwzględnieniu liczby osób: **średnia wyniosła: 339.61** złotych.

F.1.3b.: Wydatki na wszystkich uczestników łącznie w zależności od wieku respondenta (dane uzyskano przez skrzyżowanie odpowiedzi z danymi metryczkowymi respondentów) ukazuje **Tabela 56**.

Tabela 56. Średnie wydatki podczas wyjazdu w zależności od wieku badanych (TO)

Wiek badanego	15 i mniej	16-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60 i więcej
Średnie wydatki łącznie [w zł]	nie pytano	465.5	486.4	1039.0	956.8	1293.8	522.1

W tym wydatki na (liczone średnio dla wszystkich grup wiekowych):

F.1.4. Koszty podróży - średnia wyniosła: **217.69** złotych

F.1.5. Jedzenie, napoje, zakupy, rozrywka - średnia wyniosła: **281.55** złotych

F.1.6.: Zakwaterowanie – średnia wyniosła: **240.64** złotych

F.1.7.: Bilety wstępu - średnia wyniosła: **60,70** złotych

Średnio na osobę wypełniającą kwestionariusz liczba osób uczestniczących wspólnie w wyjeździe była niższa niż w przypadku grupy badanych zwiedzających szlak. Niższa okazała się także liczba dzieci biorących udział w wycieczce lub wyjeździe wakacyjnym. Niemniej wielkość 0.71 na wypełnioną ankietę wskazuje, że i w wypadku tej grupy badanych bardzo duży odsetek realizuje wyjazdy rodzinne z udziałem dzieci.

Koszty wyżywienia, zakupów i rozrywki w tej grupie wypadły nieco niżej niż wśród turystów zwiedzających szlak, co jest uzasadnione przede wszystkim przez krótszy średni czas trwania podróży. Ustalona średnia suma wydatków (nieco ponad 800 złotych) stanowi przy tym rozłożony na parę lub nawet kilka dni wydatek na średnio więcej niż dwie osoby, w czym mieści się także pełne wyżywienie.

3.2.6. Moduł G - Organizacja pobytu i źródła informacji

Poszczególne pytania zestawione w ramach tego modułu miały na celu ustalenie źródeł informacji, z których turyści korzystali przed podjęciem podróży oraz na miejscu, a także skali wykorzystania przez nich gotowych usług złożonych w zakresie dwóch decydujących aspektów podróży turystycznej: przejazdu i zakwaterowania.

Wyniki odpowiedzi na pytanie **G.1.** („*W jaki sposób zorganizował/-a Pan/Pani swój przyjazd i pobyt?*”) rozłożyły się jak wskazuje **Tabela 57**:

Tabela 57. Organizacja podróży (TO)

Sposób organizacji przejazdu i pobytu	%
Bez wcześniejszej rezerwacji (proszę przejść do pytania G3)	62.5
Przejazd i zakwaterowanie rezerwowane oddzielnie	33.3
Pakiet rezerwacji (proszę przejść do pytania G3)	4.2

Podobnie jak w przypadku turystów zwiedzających Szlak Piastowski jako tematyczną ofertę, kompleksowe rezerwacje wykonuje tylko

znikomy odsetek osób zwiedzających pojedyncze obiekty (niewiele ponad 4 procent). Jest to w największej mierze skutkiem potwierdzonego przez badanie audytowe braku oferty pakietów tematycznych lub lokalnych, adresowanych do indywidualnych turystów lub grup rodzinnych. Natomiast stwierdzona stosunkowo duża liczba rezerwacji „oddzielnych” w tym przypadku zapewne odnosi się niemal wyłącznie do zakwaterowania, jako że respondenci z badanej grupy tylko w niewielkiej mierze korzystali ze zorganizowanej formy wycieczek (por. pytanie B.3).

Odpowiedzi na pytanie G.1. zostały skrzyżowane z danymi metryczkowymi, co umożliwia poddanie ich bardziej szczegółowej analizie, jeśli taka okaże się potrzebna. Rozkład odpowiedzi w relacji do wieku respondentów oraz ich poziomu wykształcenia podają tabele M.G.1.1. i M.G.1.2. zamieszczone w Załączniku 11.

Pytanie **G.2.** było skierowane tylko do osób, które dokonywały wcześniejszej rezerwacji usług przejazdu i/lub zakwaterowania (noclegu), zatem odpowiedziały na nie niecałe 2/5 z ogólnej liczby respondentów. Oto jego treść: „*Jeśli dokonał/-a Pan/Pani wcześniejszej rezerwacji przejazdu i/lub zakwaterowania, to jaką formę rezerwacji Pan/Pani wybrał/-a?*”. Poniższa **Tabela 58** ukazuje rozkład odpowiedzi na to pytanie, natomiast kolejne dwie obrazują go w relacji do wieku i wykształcenia badanych (dane do nich uzyskano przez skrzyżowanie odpowiedzi na to pytanie z danymi metryczkowymi). W zestawieniu odpowiedzi w zależności od wieku nie uwzględniono odpowiedzi osób poniżej 15 lat (tylko kilka z nich zaznaczyło odpowiedź), a to ze względu na formalną niemożność dokonania przez nie wiążącej rezerwacji i generalny brak wpływu na formę tejże, wybieraną przez osoby decydujące.

Tabela 58. *Sposób rezerwacji usług (TO)*

Sposób rezerwacji	%
Rezerwacja przez strony internetowe	42.8
Rezerwacja przez telefon, faks lub e-mail	52.3
Rezerwacja w biurze podróży	2.5
brak odpowiedzi	2.4

szlaku tylko w znikomym stopniu wykorzystuje ofertę biur podróży.

Odpowiedzi na to pytanie skrzyżowano z danymi metryczkowymi, co umożliwia przeprowadzenie szczegółowej analizy, gdyby taka okazała się potrzebna przy przygotowywaniu strategii informacyjnej i promocyjnej szlaku. Rozkład odpowiedzi w relacji do wieku respondentów oraz ich poziomu wykształcenia podają tabele M.G.2.1. i M.G.2.2. zamieszczone w Załączniku 11.

Pytanie **G.3.** odnosiło się do źródeł wiedzy respondentów na temat obszaru docelowego podróży oraz zwiedzanych obiektów, wykorzystanych przed podjęciem podróży (tym samym dotyczyło zasięgu, kanałów i skuteczności informacji oraz promocji). Jego treść brzmiała: „*Z jakich źródeł informacji turystycznej korzystał/-a Pan/Pani zbierając informacje o tym miejscu przed przybyciem?*”. Respondenci mieli możliwość wskazania więcej niż jednej odpowiedzi. Wyniki odpowiedzi w tym zakresie ilustruje **Tabela 59**.

Tabela 59. *Źródła informacji wykorzystane przed wyjazdem (TO)*

Źródła informacji przed wyjazdem	%
Internet	60.7
Rodzina / przyjaciele	39.3
Przewodniki	22.6
Poprzednia wizyta	20.7
Informacja turystyczna	10.6
Gazety / czasopisma	9.4
inne	8.2
TV / Radio	6.6
Broszury touroperatorów / katalogi biur podróży	2.4
brak odpowiedzi	1.7
Biuro podróży	0.7

Także w tej grupie badanych Internet okazuje się podstawowym źródłem informacji o atrakcjach, usługach i pozostałej ofercie w docelowym obszarze wyprawy. Ustępują mu - i to w sposób wyraźny - wszystkie inne źródła wiedzy, przy czym podmioty i kanały dystrybucji informacji specjalnie stworzone na użytek turystów (jak ośrodki informacji turystycznej czy katalogi) plasują się nawet (daleko!) za prywatnymi reko-

mendacjami osób znajomych. Wskazuje to pośrednio na relatywnie niską efektywność działania tych podmiotów i kanałów w odniesieniu do turystów planujących wyprawę.

Szczegółowy rozkład odpowiedzi w relacji do wieku respondentów oraz ich poziomu wykształcenia prezentują tabele M.G.3.1 i M.G.3.2, znajdujące się w Załączniku 11.

Pytanie **G.4.** odnosiło się do sposobu wykorzystywania przez respondentów informacji turystycznej w trakcie podróży, a także preferowanych przez nich kanałów tej informacji. Jego celem było m.in. ustalenie skuteczności i zasięgu informacji dystrybuowanych na miejscu (w przestrzeni szlaku, w tym zwłaszcza w zwiedzanych obiektach i ich okolicy). Treść pytania była następująca: „Z jakich źródeł informacji turystycznej korzysta Pan/Pani na miejscu?”. Poniższa **Tabela 60** zestawia wyniki odpowiedzi na to pytanie.

Tabela 60. Źródła informacji wykorzystane na miejscu (TO)

źródła informacji na miejscu	%
Przewodniki	32.6
Internet	31.2
Lokalne broszury	27.8
Rodzina / przyjaciele	27.3
Centrum informacji turystycznej	19.8
Przewodnik turystyczny (osoba)	16.3
inne	5.7
Gazety / czasopisma	4.5
brak odpowiedzi	2.1
TV/Radio	2.1
Biuro podróży	0.9

W tej grupie badanych najwyższy stopień wykorzystania jako źródeł informacji podczas pobytu w obiektach przypadł przewodnikom (w znaczeniu publikacji popularyzacyjnych), co prognozuje dla tej formy stabilne zapotrzebowanie także w najbliższej przyszłości. jednak informacje czerpane z zasobów sieci znajdują się na drugim miejscu, z udziałem niewiele niższym. Proporcja

wykorzystania przez turystów indywidualnych na miejscu także Internetu (średnia: 31.2% - drugie najczęstsze źródło informacji) do pozyskiwania wiedzy o zwiedzanych obiektach do skali korzystania z usług personelu przewodnickiego (średnia: 16.3%) potwierdza tendencję groźną dla przyszłości tej grupy zawodowej i stanowi przesłankę do poważnych przemyśleń na temat wzbogacenia i urozmaicenia ich oferty (przez wprowadzenie alternatywnych form zwiedzania), unowocześnienia metodyki oraz poszerzenia instrumentarium stosowanego w trakcie przekazu. Ten wynik powinien być tym bardziej alarmujący, jeśli uwzględnić pokazane poniżej proporcje wykorzystywania informacji przez poszczególne grupy wiekowe (Załącznik 11, tabela M.G.4.1): wskazują one na drastycznie malejące zainteresowanie tymi usługami w grupach młodszych. Dużą rolę odgrywają materiały informacyjne (pozyskiwane zapewne głównie w samych obiektach), nadal znacząca grupa turystów korzysta z wiedzy towarzyszących im przyjaciół lub znajomych. W niektórych grupach turystów przewodniki (książkowe) wygrywają na miejscu z Internetem (są to wszystkie grupy powyżej 40 lat, ale także grupa najmłodsza). Wysoki odsetek wskazań uzyskały lokalne broszury, co powinno stanowić wskazówkę do jeszcze częstszego ich wykorzystywania w obiektach szlaku, także w celu przekazywania informacji o innych, na przykład najbliższych zlokalizowanych obiektach systemu (na zasadzie wzajemności). Punkty informacji turystycznej okazują się w tej grupie zaskakująco rzadko wykorzystywanym źródłem wiedzy: korzysta z nich średnio niecała jedna piąta

respondentów, co stanowi poziom niski. Ma to swoje przyczyny w mankamentach stwierdzonych w trakcie audytu szlaku: niewielkiej ilości punktów informacji turystycznej w przestrzeni szlaku, ich niedostosowanych do potrzeb turystów dni i godzin otwarcia. Być może powodami są także odmienne preferencje turystów realizujących dłuższy pobyt, koncentrujących się na rekreacji i – poza wizytą w najbliższym obiekcie szlaku czy zwiedzeniem innych lokalnych atrakcji - nie poszukujących aktywnie źródeł informacji.

Wyniki odpowiedzi na to pytanie w rozbiciu na wiek i strukturę wykształcenia badanych ukazują szczegółowo tabele. M.G.4.1. oraz M.G.4.2 zamieszczone w Załączniku 11.

3.2.7. Moduł H - Metryczka

Moduł H zawierał pytania metryczkowe, konieczne dla ustalenia profilu demograficznego i społecznego badanych, w tym ich wieku, płci, wykształcenia, ich sytuacji oraz pozycji zawodowej (w znaczeniu typu źródła utrzymania i rodzaju wykonywanej pracy) oraz poziomu ich dochodów. Ponieważ dane z tej grupy są istotne m.in. z punktu widzenia komercyjnej sfery działania obiektów oraz szlaku jako systemu – niektóre z nich (odnoszące się do wieku i wykształcenia badanych) były kilkakrotnie krzyżowane z pozostałymi wynikami ankiety, w rezultacie czego uzyskano szerszą empiryczną podstawę dla bardziej szczegółowych analiz.

Pytanie **H.1.** odnosiło się do płci respondentów. Rozkład odpowiedzi na to pytanie wygląda następująco: 53,8% w tej grupie to kobiety, 46,2 % to mężczyźni. Poniższe tabele (**61 i 62**) prezentują te wyniki w rozbiciu na grupy wiekowe oraz status edukacyjny.

Tabela 61. *Płeć respondentów w relacji do wieku (TO)*

płeć/wiek	15 i mniej	16-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60 i więcej
Mężczyzna [%]	55.8	44.8	46.1	46.5	50.3	47.9	42.7
Kobieta [%]	44.2	55.2	53.9	53.5	49.7	52.1	57.3

Tabela 62. *Płeć respondentów w relacji do wykształcenia (TO)*

płeć / wykształcenie	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Niepełne wyższe	Wyższe
Mężczyzna [%]	52.3	50.2	43.8	42.1	39.9
Kobieta [%]	47.7	49.8	56.2	57.9	60.1

W grupie turystów zwiedzających poszczególne obiekty Szlaku Piastowskiego i nie korzystających z oferty tematycznej szlaku przeważają kobiety, i jest to przewaga minimalnie większa niż ta prezentowana przez statystyki demograficzne polskiego społeczeństwa. Skala różnic między płciami jest dosyć zmienna w poszczególnych grupach wiekowych i sięga od 4.6% na korzyść mężczyzn w (nielicznej) najmłodszej grupie wiekowej do 14.6 % na korzyść kobiet w najstarszej. We wszystkich grupach

poza najmłodszą przeważają kobiety, przy czym proporcja najbliższa równowagi płci cechuje grupę 40-49-latków - w tym samym przedziale w grupie zwiedzających szlak stwierdzono przewagę mężczyzn.

Pytanie **H.2.** określa strukturę wiekową tej grupy badanych. Odsetek osób należących do poszczególnych przedziałów wiekowych rozkłada się następująco (**Tab. 63**):

Tabela 63. *Wiek badanych (TO)*

wiek	20-29	30-39	40-49	50-59	60 i więcej	16-19	15 i mniej
%	25.1	23.8	17.9	14.6	11.3	6.4	0.9

Należy przypomnieć, że w grupie badanych z powodów uwarunkowanych metodologią badania nie było dzieci. Uzyskany wynik dotyczy zatem generalnie osób samodzielnie podejmujących podróż lub uczestniczących w wyprawach grupowych, w których same zdecydowały wziąć udział. Odsetek dzieci w badanej grupie został jednak ustalony w pytaniu F.1.2 i wynosi 0.71 na osobę wypełniającą kwestionariusz, czyli może zostać uznany za relatywnie wysoki (jednak niższy niż ta sama proporcja w grupie zwiedzających szlak, wynosząca 0.91).

W pozostałej grupie proporcje wiekowe są dość wyraźnie korzystniejsze dla grup młodszych. I tak największą grupą, stanowiącą niemal $\frac{1}{4}$ wszystkich zwiedzających, są osoby w wieku lat 20-29, kolejną i tylko minimalnie mniejszą - osoby w wieku lat 30-39. Osoby w wieku 40-49 lat stanowią niecałe 18% zwiedzających, grupa 50-59-latków to niecałe 15%, natomiast do najstarszej grupy należy tylko nieco więcej niż co dziesiąty badany. I tym razem niewielki udział grupy 16-19-latków (tylko niecałe 6.4% ogółu badanych) uzasadnia węższy przedział wiekowy, obejmujący tylko trzy roczniki - uwzględniając zatem proporcje udziału tej grupy w ogólnej liczbie zwiedzających obiekty szlaku jest on niewiele tylko niższy niż 30-39-latków, a prawie dwukrotnie wyższy niż grupy najstarszej.

W przypadku grupy zwiedzającej poszczególne obiekty nie da się wyraźnie wskazać tak wyraźnej relacji między wysokim odsetkiem badanych w wieku 30-39 oraz 40-49 lat, a dużą liczbą towarzyszących dzieci (przeciętnie 0.71). Także przeciętna ilość osób wyjeżdżających wspólnie dla grupy wypełniających kwestionariusz „Medium” wynosi mniej niż w przypadku turystów zwiedzających szlak (2.36 tu do 2.88 w tamtej grupie). Konstatację, że w przypadku tej grupy osobom wyjeżdżającym wspólnie rzadziej towarzyszą dzieci, uzasadnia częściowo liczny odsetek osób w wieku 20-29 lat, które z reguły jeszcze ich nie posiadają.

Niezależnie od wykazanych różnic między korzystającą z oferty szlaku a zwiedzającymi tylko poszczególne obiekty, proporcje wiekowe ustalone przez badanie także dla tej ostatniej grupy pozwalają stwierdzić, że oferta obiektów szlaku jest wykorzy-

stywana przez grupy wiekowe względnie równomiernie (poza grupą najstarszych turystów) i stan ten nie budzi aktualnie obaw o naturalne wyczerpanie grupy odbiorców.

Pytanie **H.3** miało na celu ustalenie struktury wykształcenia badanych. Wśród zwiedzających pojedyncze obiekty Szlaku Piastowskiego akademickim statusem wykształcenia legitymuje się 36,8%, wykształcenie niepełne wyższe posiada 14,6%, średnie – 34,4%, zawodowe – 10,1% oraz podstawowe – 3,6%, natomiast 0,5% nie udzieliło odpowiedzi w tej kwestii. Podobnie jak wśród turystów zwiedzających Szlak Piastowski jako ofertę tematyczną, także w tej grupie badanie wykazało zatem znacząco wyższy odsetek osób z wykształceniem akademickim niż w całości polskiej populacji - znacznie powyżej jednej trzeciej. Również w odniesieniu do tej grupy wyraźną nadreprezentację osób o wyższym statusie edukacyjnym w wielu wypadkach uzasadnia profil znacznej części obiektów, jako że osoby z tej grupy – jak należy przypuszczać – nieco częściej interesują się zagadnieniami związanymi z historią i kulturą, a w konsekwencji także obiektami i wystawami pozostającymi w związku z nimi. Niemal taki sam odsetek stanowią osoby z wykształceniem średnim, a kolejną grupą są osoby z wykształceniem niepełnym wyższym wśród których – jak należy zakładać - znaczną większość stanowią aktualni studenci. Odsetek osób z wykształceniem zawodowym w badanej grupie (10.1%) nadal pozostaje daleko niższy niż w całości krajowej populacji, niemniej jest niemal dwukrotnie wyższy niż wśród turystów na szlaku. Odsetek osób z wykształceniem podstawowym jest niemal identyczny jak w grupie zwiedzających Szlak Piastowski, zapewne w dużej części są to osoby pozostające w procesie edukacyjnym, które jeszcze formalnie nie posiadały średniego wykształcenia.

Tabela 64. *Sytuacja zawodowa badanych (TO)*

sytuacja zawodowa	%
Pracownik firmy lub instytucji	52.7
Student lub uczeń (proszę przejść do pytania H7)	13.9
Własna firma	12.7
Emeryt lub rencista (proszę przejść do pytania H7)	11.8
Gospodyni domowa (proszę przejść do pytania H7)	3.9
Bezrobotny (proszę przejść do pytania H7)	4.2
brak odpowiedzi	0.8

nie badani mogli wskazać jedną z sześciu opcji: pobieranie nauki lub studiowanie, samodzielną działalność gospodarczą, pracę w firmie lub instytucji, status emeryta lub rencisty, zajęcie gospodyni domowej, lub też mogli odmówić udzielenia odpowiedzi. Wyniki uzyskane w tym zakresie prezentuje **Tabela 64**.

Pytanie **H.4** miało na celu ustalenie aktualnej struktury zatrudnienia badanych i – w najogólniejszej mierze – ich pozycji zawodowej. Brzmiało ono: „*Jaka jest Pana/Pani aktualna sytuacja zawodowa?*” – i w odpowiedzi na

Pytanie **H.5.** o treści „*Jaka jest aktualna Pani/Pana przynależność do wybranej grupy zawodowej?*” zmierzało do ustalenia przynależności do podstawowych grup zawodowych i typu wykonywanej pracy. Badani mogli wskazać jedną z opcji uwidocznionych w **Tabeli 65.** lub opcję „inna”, ewentualnie odmówić odpowiedzi.

Tabela 65. *Pozycja zawodowa badanych (TO)*

H.5.1.: pozycja zawodowa	%
Pracownik sektora usług / sprzedaży	23.4
Specjalista (lekarz, prawnik, nauczyciel, itp.)	20.8
Pracownik biurowy / administracyjny	17.0
Pracownik techniczny (technik, pielęgniarka itp.)	14.4
Rzemieślnik / pracownik fizyczny / pracownik produkcji	12.2
Dyrektor lub menadżer	8.3
Brak odpowiedzi lub inna grupa	4.0

Pytanie **H.6.:** „*Czy Pana/Pani obecne lub były zatrudnienie jest związane z kulturą?*” miało na celu ustalenie w badanej grupie odsetka osób aktualnie lub w przeszłości związanych zawodowo z jedną z dziedzin kultury. Na to pytanie 87,7% badanych odpowiedziało negatywnie, 11,6 % pozytywnie, a 0,7% nie udzieliło odpowiedzi.

Pytanie **H.7.** zmierzało do ustalenia poziomu dochodów i siły nabywczej zwiedzających obiekty. Jego dosłowne brzmienie: „*Roczny dochód brutto Pana/Pani gospodarstwa domowego to:*”. Poniższa **Tabela 66.** zestawia uzyskane wyniki:

Tabela 66. *Roczny dochód gospodarstwa domowego (TO)*

dochód roczny	20-40 tys. zł	40-80 tys. zł	80-240 tys. zł	20 tys. zł lub mniej	240-320 tys. zł	powyżej 320 tys. zł	brak odpowiedzi
%	32.5	27.7	21.6	13.4	1.8	0.6	2.4

Turyści zwiedzający pojedyncze obiekty Szlaku Piastowskiego to osoby o strukturze dochodów zbliżonej do statystycznej średniej dla naszego kraju. Najwięcej wśród nich (niecała jedna trzecia) jest osób, których domowe gospodarstwo utrzymuje się z dochodu wynoszącego od 1.7 do 3.5 tysięcy złotych miesięcznie (co przy dwóch osobach uzyskujących dochód daje dochód znacznie poniżej średniej krajowej), kolejną najliczniejszą grupą (około 28%) są osoby o dochodach między 3.5 tys. złotych a 7. tys. złotych miesięcznie, a trzecią, nieco przekraczającą jedną piątą ogólnej liczby badanych, osoby z dochodem gospodarstwa od 7 do około 20 tys. zł miesięcznie, czyli względnie zamożne. Osób, które można określić jako ubogie jest w tej grupie ponad 13%, natomiast odsetek zamożnych i bardzo zamożnych (dwie grupy

o dochodach najwyższych) jest znikomy, wynosząc w sumie około 2.4%. Fakt stwierdzenia znaczącego odsetka osób osiągających dochody przeciętne w powiązaniu z zauważalnym odsetkiem względnie zamożnych mógłby być impulsem do podjęcia przez administratorów obiektów i organizatorów lokalnej oferty miejscach ich lokalizacji do przeprowadzenia szczegółowych badań turystów. Jeśli struktura dochodów wypadnie w danym przypadku podobnie lub powyżej ukazanych tutaj wyników, warto przemyśleć możliwość ewentualnego wykreowania tematycznej atrakcji wieczornej oraz (wszędzie tam, gdzie istnieje deficyt takiej oferty) znalezienia potencjalnych inwestorów w zakresie usług hotelowych i gastronomicznych spełniających standardy przynajmniej na średnim poziomie oferty, co w połączeniu dałoby możliwość zatrzymania turystów na nocleg i zwiększenia poziomu zysków.

3.3. Profil i opinie zwiedzających pojedyncze obiekty Szlaku Piastowskiego osób zamieszkałych w bliskiej okolicy

Kwestionariusz „SHORT” wypełniły **663** osoby i ta grupa stanowi punkt odniesienia (100 procent badanych) dla ewaluowanego formularza wszędzie tam, gdzie pytanie jest stawiane wszystkim ankietowanym. Jeśli w którymś z pytań udzielone odpowiedzi nie sumują się do 100 procent, odsetek brakujący do tej liczby wyraża liczbę osób, które nie udzieliły odpowiedzi na pytanie lub udzieliły takiej, która nie mogła być prawidłowo sklasyfikowana (np. zakreśliły 2 lub 3 sprzeczne z sobą odpowiedzi tam, gdzie oczekiwana była tylko jedna).

3.3.1. Moduł A - selekcja:

Odpowiedzi na pytanie **A.1.** brzmiące „*Gdzie znajduje się Pana/Pani aktualne miejsce zamieszkania?*” w tej grupie ankietowanych wypadły następująco: **100%** respondentów potwierdziło fakt zamieszkania na terenie powiatu, w którym zlokalizowane było miejsce badania – obiekt Szlaku Piastowskiego. Jednolitość odpowiedzi wynikała z faktu, że było to kryterium zaliczenia do tej właśnie grupy badanych i wykorzystania w dalszym badaniu formularza „SHORT”.

Na pytanie **A.2** („*Czy był/a Pan/Pani wcześniej w tym miejscu?*”) twierdząco odpowiedziało **72,3%** osób z tej grupy, przecząco - 26.9 % osób, natomiast 0.9% nie udzieliło odpowiedzi.

Na pytanie **A.3.** („*Czy podczas tej podróży zwiedził/a Pan/i już inne obiekty Szlaku Piastowskiego lub podczas tej podróży jeszcze takie zwiedzi?*”) – 0.9% ankietowanych odpowiedziało twierdząco, kolejne 1.3% wybrało odpowiedź „nie wiem jeszcze”, 76.5% stwierdziło, iż nie zamierza zwiedzać innych obiektów szlaku w trakcie odbywanej wycieczki, a 18.3% nie słyszało o Szlaku Piastowskim. Pozostałe 3.0% respondentów z tej grupy nie udzieliło odpowiedzi na to pytanie.

3.3.2. Moduł B - Motywacje badanych:

W ramach modułu B określane były motywacje, które miały wpływ na odwiedzenie przez badanych obiektu Szlaku Piastowskiego.

Poszczególne stwierdzenia pytania B.1. zostały wprowadzone pytaniem o treści „*Jak określił(a)by Pan/i trafność poniższych stwierdzeń ?*”. Wymagały one udzielenia odpowiedzi za pomocą wskazania na skali pięciopunktowej, przy czym wskazanie poziomu najniższego (1) było równoznaczne z uznaniem sugerowanego stwierdzenia za całkowicie nieprawdziwe, zaś wskazanie najwyższego oznaczało jego pełną akceptację, tym samym potwierdzając wysoki stopień zaangażowania badanego w wymienione działanie lub doświadczenie.

Podanie w pytaniu **B.1.1.** stwierdzenia o treści „*Odwiedzam to miejsce, aby nauczyć się czegoś nowego*” miało na celu określenie stosunku badanego do treści i przedsięwzięć o charakterze edukacyjnym oraz ustalenie stopnia jego gotowości do powiększania zasobu wiedzy. Wskazanie najwyższej punktacji można zatem w tym przypadku uznać za ujawnienie wyraźniejszych preferencji ukierunkowanych na treści i procesy edukacyjne, które tym samym mogły być głównym impulsem do odwiedzin w obiekcie szlaku. Odpowiedzi w badanej grupie rozłożyły się następująco: Poziom 5 wskazało 34,3% pytanych, poziom 4 – 26,3%, poziom 3 - 23,0%, poziom 2 – 9,2%, poziom 1 – 6,9%, odpowiedzi odmówiło: 0.3%.

Wskazania na najwyższym poziomie dokonała nieco więcej niż jedna trzecia badanych, natomiast kolejny, czwarty poziom – nieco ponad jedna czwarta. Suma wskazanych czwórek i piątek wyniosła więc nieco ponad 60%, co pozwala stwierdzić, że silna lub przynajmniej wyraźnie uświadamiana motywacja o charakterze edukacyjnym, a przynajmniej otwartość na przyswojenie nowej wiedzy cechuje większość tej grupy. Potencjalnie mogłaby ona więc być decydującym lub jednym z kilku współdecydujących motywów także do podjęcia dłuższej wyprawy turystycznej. Wskazań na poziomie 1, obrazujących zupełny brak zainteresowania nową wiedzą było niecałe 7%, poziom 2, wskazujący na niewielkie zainteresowanie tym aspektem podróży turystycznej, wybrało tylko nieco ponad 9% badanych. Duża grupa, bo niemal jedna czwarta ogółu nie wyraziła zdecydowanej opinii (poziom 3). Można zatem stwierdzić, że w kwestii otwartości na treści edukacyjne badana grupa wprawdzie nie jest jednolita, jednak w tej kwestii wyraźnie przeważa w niej wobec nich postawa pozytywna.

Pytanie **B.1.2.** zawierało stwierdzenie „*Odwiedzam to miejsce w celach rozrywkowych*”. Rozkład udzielonych odpowiedzi ujawnia poziom zainteresowania badanych aspektem rozrywki, pośrednio może także wskazywać na ich gotowość do udziału

w ewentualnych imprezach w trakcie wizyt w obiekcie szlaku i innych organizowanych w jego przestrzeni. W ocenie trafności stwierdzenia uzyskano następujący rozkład odpowiedzi: Poziom 5 wybrało 23,1% respondentów, poziom 4 – 19,7%, poziom 3 – 13,7%, poziom 2 – 14,3%, poziom 1 – 28,6%, natomiast odpowiedzi nie udzieliło 0,6%. Uzyskane wyniki wskazują na bardzo dużą polaryzację badanej grupy w odniesieniu do tego aspektu wyprawy. Znacznie powyżej jednej czwartej badanych wskazało odpowiedź wyrażającą zupełny brak zainteresowania rozrywką w trakcie odwiedzin w obiekcie szlaku, jednak niewiele mniej, bo ponad 23% uznało cel rozrywkowy za główny lub jeden z głównych impulsów do tej wizyty. Jednocześnie znaczące są odsetki badanych wskazujących odpowiednio odpowiedź na poziomie „4” (niemal jedna piąta) i na poziomie „2” (ponad 14 %), a udział wskazań wyrażających niezdecydowanie jest najmniejszy. Liczba wskazań pozytywnych (razem: „5” i „4”) oraz negatywnych (razem „1” i „2”) jest niemal identyczna.

Pytanie **B.1.3.** poddawało ocenie badanych stwierdzenie: *„Pragnę dowiedzieć się więcej na temat kultury lub historii Polski/Wielkopolski”*. Takie sformułowanie polecenia miało na celu ustalenie poziomu koncentracji turystów zwiedzających obiekty na treściach zbieżnych z profilem tematycznym Szlaku Piastowskiego, a tym samym określenie ewentualnych szans ich pozyskania dla zwiedzania szlaku jako spójnej oferty turystyki kulturowej. Oceny trafności stwierdzenia przez badanych wypadły następująco: Poziom 5 wskazało 39,3% odwiedzających, poziom 4 – 28,9%, poziom 3 – 20,6%, poziom 2 – 6,6%, poziom 1 – 3,6%, odpowiedzi nie udzieliło 0,9%. Wyniki uzyskane w tym zakresie badania pozwalają stwierdzić że duża większość odwiedzających poszczególne obiekty Szlaku Piastowskiego jest zainteresowana tematyką zbieżną z jego profilem (suma wskazań na obydwa najwyższe poziomy skali wynosi 68.3%). Skala zainteresowania tym aspektem odwiedzin jest wprawdzie mniejsza niż w pozostałych dwóch badanych grupach odwiedzających, jednak ustalony jego poziom dla tematyki eksploatowanej przez Szlak Piastowski wskazuje, że także mieszkańców obszarów położonych w pobliżu obiektów lub bezpośrednio w przestrzeni szlaku można traktować jako potencjalnych adresatów oferty tego systemu penetracji turystycznej.

W pytaniu **B.1.4.** zawarte było stwierdzenie *„Pragnę poczuć atmosferę tego miejsca”*. Celem pytania było ustalenie poziomu ukierunkowania turystów z badanej grupy na osobiste doświadczenie materialnych i niematerialnych świadectw dziedzictwa kulturowego, oraz ich otwartości na konfrontację z miejscami i budowlami, a także przekazami otrzymywanymi „in situ”. Ocena trafności tego stwierdzenia przez turystów wypadła następująco: na poziomie 5 – 49,3% wskazań, na poziomie

4 – 27,6%, na 3 – 14,3%, na 2 – 4,6%, na 1 – 4,0%, odpowiedzi odmówiło: 0,3%. W badanej grupie niemal połowa wskazań przypada na najwyższą kategorię (co może wskazywać na ten aspekt jako na główny impuls do odwiedzenia obiektu). Kolejnym najczęściej wskazywanym poziomem był czwarty, co w sumie oznacza, że znacomita większość omawianej grupy bardzo silnie lub silnie koncentruje się na subiektywnym doświadczeniu miejsc dziedzictwa, a w przypadku aż połowy badanych ten właśnie aspekt kontaktu z dziedzictwem historycznym i walorami kulturowymi mógłby stanowić decydujący impuls do podjęcia wyprawy turystycznej. Jednocześnie na dwie najniższe oceny przypada tylko 8,6% wskazań – zatem tylko co jedenasty badany wcale lub prawie wcale nie odczuwa potrzeby doświadczenia atmosfery odwiedzanych miejsc.

Pytanie **B.1.5.**, w którym treść ocenianego stwierdzenia brzmiała: „*Nastawiam się głównie na zobaczenie tego miejsca*”, miało na celu określenie poziomu zainteresowania zwiedzających konkretnymi atrakcjami, traktowanego tu jako ich osobista preferencja, stojąca ewentualnie w konkurencji do propozycji tematycznego zwiedzania szlaku jako systemu. Silna koncentracja zwiedzających na poszczególnych pojedynczych atrakcjach wzmacnia ich motywację do powtarzania wizyt lub nawet podejmowania podróży w miejsca ich lokalizacji, jednak w powiązaniu ze słabszym zainteresowaniem tematyką szlaku jako całości może oznaczać mniejsze potencjalne szanse pozyskania ich dla oferty systemu. Liczba wskazań dla poszczególnych poziomów akceptacji tego stwierdzenia wygląda następująco: na poziomie 5 – 36,3%, na 4 – 24,0%, na 3 – 15,3%, na 2 – 10,0%, na 1 – 13,9%, odpowiedzi nie udzieliło 0,6% pytanym. Wynik badania pozwala uznać stopień koncentracji tej grupy badanych na konkretnych obiektach za wysoki (suma wskazań w obu najwyższych punktach skali wyniosła 60,5%). Tak znaczny odsetek osób wskazujących odpowiedzi w najwyższych poziomach punktacji oznacza, że tylko część badanej grupy (najpewniej osoby wskazujące odpowiedzi na poziomie „1” i „2”, czyli w sumie niecała jedna czwarta) byłaby skłonna podjąć podróż po szlaku, oferującym zwiedzanie obiektów o innych profilach.

Dodatkowo odpowiedzi udzielone w tym module zestawiono z danymi metryczkowymi, odnoszącymi się do wieku i wykształcenia respondentów. Na podstawie tego zestawienia różnice wynikające z wieku lub wykształcenia mogą być poddane dalszej szczegółowej analizie. W obu przypadkach kolejność stwierdzeń została ustalona zgodnie ze średnim znaczeniem (siłą), przypisanym im przez ogół respondentów. Tabele wyników zamieszczono w Załączniku 11 (Tabele M.B.1.1. i M.B.1.2.).

3.3.3. Moduł D - Ocena oferty obiektu i obsługi turystycznej

W związku z profilem badanej grupy z modułu usunięto pytania odnoszące się do elementów związanych z realizacją dłuższej wyprawy turystycznej (jak długość odbywanej wyprawy turystycznej, ewentualne wykorzystanie oferty noclegowej, wybieranego typu usług noclegowych, a także położenie miejsca noclegu w stosunku do przestrzeni Szlaku Piastowskiego) i pozostawiono tylko te zmierzające do ustalenia oceny pobytu w miejscu badania (obiekcie szlaku) i jakości świadczonych tam usług. Kolejne pytania (od **D.5.** do **D.8.**) miały na celu określenie oceny pobytu w zwiedzanym przez badanych obiekcie Szlaku Piastowskiego. Turyści wyrażali ją w formie wskazań na dziesięciopunktowej skali. Wybór opcji jednego punktu (1) oznaczał najwyższy poziom niezadowolenia, wybór opcji najwyższej (10) oznaczał pełne zadowolenie.

D.5. „Proszę ocenić poziom zadowolenia z Pana/Pani pobytu w tym miejscu?”

Poziom 1 oznaczał duże niezadowolenie, poziom 10 - pełne zadowolenie

Tabela 67. Zadowolenie z pobytu w obiekcie (OO)

ocena	10	8	7	9	6	5	4	3	1	2	brak odpowiedzi
%	33.2	19.1	16.8	13.0	8.7	5.5	1.7	0.9	0.6	0.6	0.0

Średnia odpowiedzi (obrazująca poziom zadowolenia z pobytu w obiekcie) wyniosła w tej grupie badanych **8.10**, przy czym najczęściej wskazywanym był poziom „10”.

D.6. „W jakim stopniu pobyt w tym miejscu spełnił Pana(i) oczekiwania?”

Poziom 1- wcale, w stopniu minimalnym, poziom 10 - w pełni, ponad oczekiwania

Tabela 68. Ocena poziomu spełnienia oczekiwań obiekcie (OO)

ocena	10	7	8	9	5	6	4	3	1	2	Brak odpowiedzi
%	26.3	20.6	18.6	13.0	9.0	7.6	2.0	1.6	0.6	0.6	0.3

Średni wynik (obrazujący poziom spełnienia oczekiwań związanych z wizytą) wyniósł **7.86**, przy czym najczęściej wskazywanym był poziom „10”

D.7. „Proszę ocenić poziom gościnności / życzliwości z jakim spotkał(a) się Pan(i) w tym miejscu ze strony personelu obiektu / pracowników obsługi/ mieszkańców?”

Poziom 1 - oznaczał stwierdzenie „wyraźnego braku życzliwości/gościnności, wskazanie poziomu 10 oznaczało „wybitną życzliwość/ gościnność, wykraczającą ponad oczekiwania”.

Tabela 69. Ocena gościnności w obiekcie (OO)

ocena	10	9	8	7	5	6	1	4	2	brak odpowiedzi	3
%	36.3	17.6	16.9	12.6	6.9	6.3	0.9	0.9	0.6	0.6	0.3

Średni wynik (obrazujący odczucie gościnności przez turystów) wyniósł **8.27**, przy czym najczęściej wskazywany był poziom „10”

D.8. „Proszę ocenić zakres i poziom obsługi Pana(i) jako turysty w tym miejscu”.

Wybór poziomu 1 oznaczał „wyraźne braki w stosunku do oczekiwań/standardów”, wybór 10 oznaczał stwierdzenie „bardzo wysokiego poziomu i szerokiego zakresu ofert/usług, który wykraczał poza oczekiwania”

Tabela 70. Ocena poziomu obsługi w obiekcie (OO)

ocena usług	9	10	8	7	6	5	4	1	3	2	brak odpowiedzi
%	22.3	19.9	17.6	15.0	9.6	7.6	3.9	1.6	1.3	0.9	0.3

Średni wynik (obrazujący ocenę jakości oferty i obsługi turystycznej) wyniósł **7.15**, przy czym najczęściej wskazywany był poziom „9”.

Pytanie **D.9.** odnosiło się do mankamentów w zwiedzanym obiekcie. Jego treść brzmiała: „*Jeśli wystąpiły zauważalne braki, to jakie?*”, a struktura pytania była otwarta, co umożliwiało badanym wyrażenie braków własnymi słowami, w tym również ich bardziej szczegółowy opis. Około 19% badanych z tej grupy (125 osób) wykorzystało tę możliwość.

Poniżej zestawiono te mankamenty obiektów, ich wyposażenia, obsługi i infrastruktury turystycznej, jak również ich bezpośredniego otoczenia, które były przedmiotem najczęstszych uwag turystów z analizowanej grupy. Uwzględniono uwagi zgłaszane wielokrotnie (pojawiające się w więcej niż 3 kwestionariuszach). Uwagi sklasyfikowano zgodnie z ich przedmiotem, cytując każdorazowo dosłownie po kilka typowych stwierdzeń badanych:

- **brak lub ograniczenia dostępności obiektów** (19 wpisów): „obiekt zamknięty”, „brak dostępności obiektu”, „obiekt zupełnie niedostępny”, „trzeba się doprosić o wpuszczenie”. „wiele pomieszczeń/miejsc jest niedostępnych”, „najciekawsze rzeczy były zamknięte!”, „nie szanowane godziny zwiedzania - obiekt powinien być dostępny cały czas”, „brak możliwości wejścia do obiektu”,
- **informacja w obiekcie** (14 wpisów): „brak informacji dla turystów w katedrze”, „brak tablic informacyjnych wewnątrz kościoła”, „brak opisów i informacji dla dzieci”, „brak informacji usytuowanych we właściwym miejscu”, „brak opisu”, „brak bezpłatnego przewodnika na miejscu”, brak przewodników do kupienia na miejscu”, „skąpe informacje na miejscu”, „nie można kupić interesującego przewodnika”, „brak informacji dla turystów zagranicznych”,
- **urządzenie i wyposażenie obiektu do zwiedzania** (13 wpisów): „brak na piętrze miejsca do odpoczynku - typu ławeczki”, „ze względu na architekturę obiektu jest tam ciemno i zimno”, „trudności dla osób niepełnosprawnych ruchowo” „brak tablic z opisami wewnątrz katedry”, „brak oświetlenia”, „brak możliwości zwiedzania z nagraniami do odsłuchu”,

- **braki infrastruktury w obiektach** (12 wpisów): „brak toalet”, „długo trzeba szukać WC a potem iść i prosić by ktoś otworzył!”, „nic poza wystawą”, „parking za daleko”, „nieukończony obiekt przyjmuje turystów”, „brak punktu sprzedaży z wodą, napojami”,
- **mankamenty gastronomii w otoczeniu obiektów** (11 wpisów): „brak dobrej restauracji”, „trudno o coś dobrego do zjedzenia w pobliżu”, „trudno coś zjeść w pobliżu”, „okazji do obiadu trzeba szukać”, „za mały wybór jedzenia”,
- **estetyka otoczenia obiektu** (9 wpisów): „nieczynna fontanna przy obiekcie”, „zielen zasłania obiekty”, „niektóre obiekty są zasłonięte krzakami”, „krzewy wyrosły już za duże”, „mała rozpoznawalność obiektu z zewnątrz”,
- **braki w zakresie obsługi** (8 wpisów): „brak faktur od ręki za sprzedane przedmioty”, „zbyt duży podział opłat za usługi - brakuje możliwości kupienia jednego biletu łącznego”, „za wszystko trzeba płacić osobno”,
- **krytyka jakości ekspozycji**: (7 wpisów): „przestarzała wystawa”, „wystawa mogłaby być bardziej interesująca”, „wystawa – okropna”, „mała powierzchnia rekonstrukcji, domki i inne budynki postawione za gęsto”,
- **krytyka wyposażenia ekspozycji** (6 wpisów): „brak siedzisk na salach projekcyjnych”, „zbyt krótki czas na oglądanie gablot (tekst bardzo nieczytelny)”, „brak lornetek do obserwacji z wieży, choć bywały kiedyś”,
- **brak lub nieodpowiednia postawa personelu obsługi** (6 wpisów): „brak przewodnika”, „nie ma przewodnika - który powiedziałby coś o historii wieży i miasta, legendy, a też i o okolicy”, „personel zniechęca do zwiedzania, chyba mu się gdzieś spieszyło”, „pracownik opowiadał podczas rejsu tak, jakby chciał nas uspić”,
- **braki infrastruktury w otoczeniu obiektów** (5 wpisów): „brak przejść dla pieszych przed obiektem, „utrudnione dojście do kościoła”, „obiekt mało wyeksponowany jako część Szlaku Piastowskiego”,
- **mankamenty informacji w miejscowości i na zewnątrz** (5 wpisów): „brak informacji turystycznej”, „elektroniczna informacja wystawiona na słońcu jest nie do przeczytania!” „brak informacji na stronach internetowych”, „powinno być lepsze oznaczenie miejsca na drodze głównej”,
- **stan obiektu**: (4 wpisy): „konieczne odrestaurowanie”,
- **inne** (w sumie 8 pojedynczych wpisów), np.: „statek płynie zbyt krótko”, „słaba organizacja imprezy poza przebiegiem programu”.

3.3.4. Moduł H - Metryczka

Moduł H kwestionariusza obejmował pytania metryczkowe, niezbędne dla ustalenia profilu demograficznego badanych, w tym ich wieku, płci, wykształcenia, ich sytuacji oraz pozycji zawodowej (w znaczeniu typu źródła utrzymania i rodzaju wyko-

nywanej pracy) oraz poziomu ich dochodów. Dane z tej grupy, przy ich skrzyżowaniu z odpowiedziami na inne pytania, umożliwiały pozyskanie szerszej empirycznej podstawy dla szczegółowych analiz.

Pytanie **H.1.** mierzało do określenia proporcji płci badanych z tej grupy. W badanej grupie kobiety stanowiły 56,7% ogółu, a mężczyźni – 43,3%.

Zamieszczone poniżej **Tabele 71 i 72** prezentują proporcję płci odwiedzających obiekty w poszczególnych grupach według kryterium wieku i formalnego statusu edukacyjnego

Tabela 71. *Płeć respondentów relacji do wieku (OO)*

płeć / wiek	15 i mniej	16-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60 i więcej
Kobieta [%]	66.7	51.7	53.2	49.4	57.1	57.9	59.4
Mężczyzna [%]	33.3	48.3	46.8	50.6	42.9	42.1	40.6

Tabela 72. *Płeć respondentów w relacji do wykształcenia (OO)*

płeć / wykształcenie	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Niepełne wyższe	Wyższe
Kobieta [%]	53.6	39.4	56.3	59.0	55.6
Mężczyzna [%]	46.3	60.6	43.9	41.0	44.4

W grupie osób zwiedzających poszczególne obiekty Szlaku Piastowskiego i zamieszkujących w ich bliskiej okolicy przeważają kobiety, jest to przewaga zauważalnie większa niż w ogólnych proporcjach polskiego społeczeństwa. Skala różnic między płciami jest zmienna w poszczególnych grupach wiekowych i sięga od 1% na korzyść mężczyzn w grupie wiekowej 30 do 39 lat, do prawie 19% na korzyść kobiet w grupie najstarszej (wydaje się, że nie należy uwzględniać proporcji wśród najmłodszych ze względu na ich śladowy udział w badanej grupie i wysokie prawdopodobieństwo przypadkowości wyniku przy tak niewielkiej próbie).

Pytanie **H.2.** określa strukturę wiekową badanej grupy. Odsetek osób należących do poszczególnych przedziałów wiekowych wygląda w niej jak następuje (**Tab.73**).

Tabela 73. *Wiek badanych (OO)*

wiek	20-29	30-39	40-49	50-59	60 i więcej	16-19	15 i mniej	brak odpowiedzi
%	26.6	25.0	20.3	11.3	10.6	4.9	0.9	0.3

Dokonując analizy i formułując wnioski z wyników badania w tym zakresie należy pamiętać, że w grupie badanych, w konsekwencji przyjętej metodologii, nie były reprezentowane dzieci poniżej lat 16, o ile nie realizowały one wizyty samodzielnie. Uzyskany wynik dotyczy zatem dorosłych realizujących zwiedzanie samodzielnie lub w grupach zorganizowanych oraz tylko tych (nielicznych) osób poniżej 16 lat, które samodzielnie zwiedzały obiekty.

W pozostałej grupie proporcje wiekowe wskazują na przewagę osób w wieku lat 20-29 (grupa najliczniejsza - 26.6%) i - z niewielką różnicą - na następną grupę 30-39-latków (około jednej czwartej ogółu), co mniej więcej powiela proporcje grupy turystów zwiedzających pojedyncze obiekty Szlaku Piastowskiego. Podobnie jak tam, kolejną najliczniejszą grupą i w tej grupie są osoby w wieku 40-49 lat, lecz tym razem jest ich nieco więcej, bo powyżej jednej piątej. Znacznie mniej jest osób w dwóch najstarszych grupach wiekowych, przy czym ich liczebność jest mniej więcej równa. Niewielki udział grupy 16-19-latków (tylko niecałe 5% ogółu badanych) tym razem nie do końca da się uzasadnić węższym przedziałem wiekowym, obejmującym tylko trzy roczniki, ponieważ - także uwzględniając proporcje - udział tej grupy w ogólnej liczbie zwiedzających obiekty jest znacząco mniejszy niż 30-39-latków i tylko o 50% wyższy niż grup najstarszych.

Proporcje wiekowe ustalone dla tej grupy badanych pozwalają zatem stwierdzić, że ofertę obiektów szlaku mieszkańcy pobliskich miejscowości wykorzystują względnie równomiernie - poza grupami najstarszych i najmłodszych zwiedzających. W odniesieniu do tych ostatnich stan ten wydaje się budzić pewne obawy o stopniowe wyczerpywanie rezerwuaru konsumentów w kolejnym pokoleniu. Fakt ten powinien być poważnie wzięty pod uwagę przy konstrukcji oferty obiektów i jej modyfikacjach, a także ustalaniu grup docelowych (adresatów) i realizacji przedsięwzięć informacyjnych i promocyjnych obiektów i szlaku.

Pytanie **H.3.** zmierzało do ustalenia struktury wykształcenia badanych. Wyniki odpowiedzi na to pytanie w analizowanej grupie wyglądają następująco: wyższe wykształcenie posiada 32,0%, wykształcenie niepełne wyższe - 11,3%, średnie - 38,6%, zawodowe - 12,3% oraz podstawowe - 4,6%, natomiast 1,3% badanych nie udzieliło odpowiedzi. Największą grupą wśród zwiedzających obiekty Szlaku Piastowskiego mieszkańców bliskiej okolicy są osoby z wykształceniem średnim, których jest niemal dwie piąte ogółu. Podobnie jak w dwóch poprzednich analizowanych, także w tej grupie badanie wykazało znacząco większy odsetek osób z wykształceniem wyższym niż w całości polskiej populacji - jest ich tu niemal jedna trzecia. Ich nadproporcjonalny odsetek może uzasadniać profil dużej części obiektów, można bowiem przyjąć, że osoby o takim statusie edukacyjnym częściej interesują się zagadnieniami związanymi z historią i kulturą, a w konsekwencji także obiektami i wystawami pozostającymi w związku z nimi. Trzecią pod względem liczebności grupą są osoby z wykształceniem zawodowym (co ósmy zwiedzający), co stanowi najwyższy ich odsetek we wszystkich trzech badanych grupach. Może to wskazywać, że także wśród nich istnieje zauważalna grupa zainteresowanych obiektami historycznymi, jednak są oni mniej skłonni do podejmowania dalszych podróży

w celu ich zwiedzania. Osoby z niepełnym wyższym wykształceniem, wśród których znaczną większość stanowią aktualni studenci, stanowią 11.3% zwiedzających, co także jest odsetkiem wyższym niż ich udział w populacji. Nieco wyższy niż w pozostałych grupach jest odsetek osób z wykształceniem podstawowym, co może mieć po części takie samo uzasadnienie, jak w przypadku absolwentów szkół zawodowych.

Pytanie **H.4.** brzmiało: „*Jaka jest Pana/Pani aktualna sytuacja zawodowa?*” – i miało na celu ustalenie struktury zatrudnienia badanych oraz typu ich aktywności zawodowej. Wśród odpowiedzi badani mogli wskazać jedną z 6 opcji: pobieranie nauki lub studiowanie, samodzielną działalność gospodarczą, pracę w firmie lub instytucji, status emeryta lub rencisty, zajęcie gospodyni domowej, lub też mogli odmówić udzielenia odpowiedzi. Wyniki ustalone w odniesieniu do analizowanej grupy prezentuje poniższa **Tabela 74.**

Tabela 74. *Sytuacja zawodowa badanych (OO)*

Sytuacja zawodowa	%
Pracownik firmy lub instytucji	47.4
Student lub uczeń (proszę przejść do pytania H7)	16.5
Własna firma	12.4
Emeryt lub rencista (proszę przejść do pytania H7)	11.0
Bezrobotny (proszę przejść do pytania H7)	5.8
Gospodyni domowa (proszę przejść do pytania H7)	4.6
brak odpowiedzi	2.3

Pytanie **H.5.** zmierzało do ustalenia przynależności do podstawowych grup zawodowych i typu wykonywanej pracy. Oto jego dosłowne brzmienie: „*Jaka jest aktualna Pani/Pana przynależność do wybranej grupy zawodowej?*”. Badani mogli wskazać jedną z opcji uwidocznionych w **Tabeli 75.** lub opcję „inna”, albo odmówić udzielenia odpowiedzi.

Tabela 75. *Pozycja zawodowa badanych (OO)*

pozycja zawodowa	%
Pracownik sektora usług / sprzedaży	22.7
Rzemieślnik / pracownik fizyczny / pracownik produkcji	19.4
Pracownik techniczny (technik, pielęgniarka itp.)	18.5
Specjalista (lekarz, prawnik, nauczyciel, itp.)	15.6
Pracownik biurowy / administracyjny	13.1
Dyrektor lub menadżer	6.5
Brak odpowiedzi lub inna grupa	4.2

Pytanie **H.6.:** „*Czy Pana/Pani obecne lub byłe zatrudnienie jest związane z kulturą?*” miało na celu ustalenie odsetka osób aktualnie lub w przeszłości związanych zawodowo z jedną z dziedzin kultury. W odpowiedzi na to pytanie, 90,3% badanych w tej grupie odpowiedziało przecząco, natomiast 9,6% - twierdząco.

Pytanie **H.7.** zmierzało do określenia poziomu dochodów (a pośrednio także zamożności i siły nabywczej) mieszkańców bliskiej okolicy zwiedzających obiekty Szlaku Piastowskiego. Było ono sformułowane: „*Roczny dochód brutto Pana/Pani gospodarstwa domowego to:*” i przeprowadzało wprost do tabeli opcji. Uzyskane w tym zakresie wyniki zestawia poniższa **Tabela 76.**

Tabela 76. *Roczny dochód gospodarstwa domowego (OO)*

roczny dochód gospodarstwa	20-40 tys. zł	40-80 tys. zł	20 tys. zł lub mniej	80-240 tys. zł	240-320 tys. zł	powyżej 320 tys. zł	brak odpowiedzi
%	31.8	26.0	23.7	11.4	1.5	0.6	5.1

Badani zamieszkali w okolicy i zwiedzający pojedyncze obiekty Szlaku Piastowskiego to osoby o strukturze dochodów nieco niższej niż statystyczna średnia dla kraju. Najwięcej wśród nich (ponad trzy dziesiąte) jest osób, których domowe gospodarstwo utrzymuje się z dochodu wynoszącego od 1.7 do 3.5 tysięcy złotych miesięcznie (co przy dwóch osobach uzyskujących dochód dawałoby dochód znacznie poniżej średniej krajowej), kolejną najliczniejszą grupą (około jednej czwartej) są osoby o dochodach między 3.5 tys. złotych a 7. tys. złotych miesięcznie (co przy dwojgu zarabiających daje maksymalnie średnią krajową netto), a trzecią, obejmującą prawie jedną czwartą tej grupy, osoby z dochodem gospodarstwa poniżej 1.5 tysiąca złotych miesięcznie, czyli ubogie (przy gospodarstwie kilkuosobowym) lub relatywnie ubogie (przy jednoosobowym). Udział osób, których dochód gospodarstwa domowego mieści się w granicach od 7 do około 20 tys. zł miesięcznie, (czyli względnie zamożnych) wynosi w tej grupie tylko 11.4%. i jest niemal dwukrotnie mniejszy niż w pozostałych badanych grupach, natomiast odsetek zamożnych i bardzo zamożnych (dwie grupy o najwyższych dochodach) jest znikomy i wynosi w sumie około 2%. Znacząca ilość osób osiągających dochody poniżej przeciętnych w powiązaniu z bardzo niskim odsetkiem osób względnie zamożnych wydaje się w części uzasadniać niepodjęcie przez tę grupę badanych dłuższych wypraw turystycznych, obejmujących m.in. nocleg i konieczność pełnego wyżywienia poza miejscem zamieszkania, co pociąga za sobą znaczne koszty. Jednak i wśród nich prawie dwie piąte (zsumowane cztery grupy o najwyższych dochodach) byłoby bez wątpienia stać na skorzystanie z takiej oferty, co w powiązaniu z ich stwierdzonym rodzajem aktywności w czasie wolnym (zwiedzanie obiektu Szlaku Piastowskiego) plasuje ich w grupie potencjalnych turystów kulturowych.

3.4. Dane uzupełniające

Pytania w ramach modułu A., pozwalające dokonać klasyfikacji zwiedzających umożliwiły także ustalenie odsetka osób zwiedzających Szlak Piastowski jako system (ofertę tematyczną) wśród wszystkich zwiedzających jego obiekty. Łącznie we wszystkich miejscach prowadzenia badań stanowili oni średnio około 10-11% wszystkich zapytanych, jednak ta proporcja zmieniała się w zależności od miejsca. I tak w obiektach Poznania udział tej grupy wynosił średnio około 5-6%, w obiektach takich jak Archikatedra Gnieźnieńska czy Skansen Miniatur w Pobiedziskach było to około 30-40 %, na Ostrowie Lednickim, w Biskupinie i w Inowrocławiu około 50%, natomiast aż 70% i powyżej w Gieczu, Grzybowie, Strzelnie, Kruszwicy czy Mogilnie.

Dodatkowo obserwacja zwiedzających, towarzysząca ankietowaniu w obiektach szlaku pozwoliła ustalić proporcje nie uwzględniane w zastosowanym klasycznym formularzu badania ATLAS, jednak istotne dla wiedzy o stanie wykorzystania Szlaku Piastowskiego. Jest to udział turystów zwiedzających obiekty szlaku w grupach zorganizowanych i odpowiednio turystów indywidualnych oraz w grupach rodzinnych. Te proporcje nie dają się ustalić w skali roku na podstawie źródeł oficjalnych (np. rocznych raportów obiektów), czego przyczyną jest fakt, że niektóre obiekty nie ujmują w swoich statystykach podziału na turystów w grupach i indywidualnych, a tylko na sprzedane bilety pełnopłatne i ulgowe, inne w ogóle nie prowadzą statystyk zwiedzających (jak większość obiektów sakralnych) a jeszcze inne nie są w stanie ustalić liczby zwiedzających indywidualnie (jak np. Trakt Królewsko-Cesarski w Poznaniu). Wspomniane obserwacje pozwalają określić ją w skali całego szlaku przynajmniej wycinkowo - dla wszystkich dni w okresie badania. Tak więc odsetek zwiedzających obiekty Szlaku Piastowskiego w zorganizowanych grupach wyniósł 31,5%, udział zwiedzających indywidualnie – 68,5%. Ta średnia proporcja rozkłada się nierównomiernie zarówno na typy obiektów szlaku, jak i na dni badania. I tak w obiektach muzealnych (ujętych niezależnie od okresu badania) udział zwiedzających w grupach zorganizowanych, jest najwyższy i sięga aż 46%, co oznacza mniej więcej równe proporcje zwiedzających w grupach zorganizowanych do wizytujących obiekty indywidualnie. Natomiast w mniejszych obiektach sakralnych (gdzie jest najniższy) wynosi zaledwie 7%. Z kolei rozpatrując proporcje w odniesieniu do okresu badania, najwyższy udział grup zorganizowanych stwierdzono w powszednie dni tygodnia w okresie wczesnego lata (47,4%), natomiast najwyższy odsetek wizyt indywidualnych i w małych grupach prywatnych w okresach tzw. długich weekendów (87,5%).

Rozdział 4.

Propozycje modyfikacji i korekty systemu

W niniejszym rozdziale zestawiono wnioski z przeprowadzonych badań i postulaty odnoszące się do modyfikacji struktury, sposobu funkcjonowania i oferty Szlaku Piastowskiego. Bazując na celach funkcjonowania tego systemu (wyznaczonych Listem Intencyjnym gospodarzy obydwu województw [*List Intencyjny 2012*], składają się one na spójną koncepcję przebudowy systemu i nadania mu struktury nowocześnie zarządzanego szlaku (por. 1.2.)⁸⁷.

Rozdział obejmuje grupę wniosków i postulatów ogólnych (4.1.), zaleceń szczegółowych (4.2.), oraz zarys koncepcji bieżącego zarządzania szlakiem (4.3.). Te pierwsze, rozpatrywane w odniesieniu do integralnego obrazu szlaku jako systemu jako jego elementy - ujęto w sześciu segmentach, określonych na podstawie ich oddziaływania na poszczególne aspekty funkcjonowania całości. Dotyczą one kolejno: adresatów oferty szlaku (docelowej grupy turystów), „magnesów” szlaku (jego głównych atrakcji), „kanałów” szlaku (tematycznych ofert lokalnych i przekrojowych), „silników” szlaku (projektów motywujących do jego zwiedzania), oraz „bezpieczników” szlaku (rozwiązań gwarantujących trwałość i jakość oferty). Zalecenia szczegółowe odnoszą się do poszczególnych problemów stwierdzonych podczas badania i zawierają propozycje konkretnych rozwiązań, podzielonych na pięć grup: zalecenia w odniesieniu do szlaku jako systemu, do jego obiektów, do usług w przestrzeni szlaku, do przebiegu procesu eventyzacji szlaku) oraz zalecenia końcowe, opisujące tryb realizacji niektórych koniecznych działań w kontekście złożoności badanego systemu oraz w sytuacji zmian zachodzących aktualnie w środowisku prawnych regulacji dotyczących szlaków turystycznych, w tym kulturowych. Koncepcja koordynacji szlaku, czyli jego bieżącego zarządzania, łączącego przenikające się wzajemnie elementy planowania, organizowania, przeprowadzenia i kontrolowania (por rozdz. 1.2.1, 1.2.4.) obejmuje wszystkie szczegółowy opis struktury i funkcjonowania podmiotów zarządczych i określenie ich kompetencji, zadań, relacji wzajemnych oraz z uczestnikami systemu. Umieszczenie tego elementu na końcu rozdziału wynika po pierwsze z faktu, że w przypadku istniejącego już szlaku to właśnie struktura zarządcza w swej tak radykalnie zmienionej postaci i funkcjach będzie ciałem nowym, niejako wbudowanym w funkcjonujący już system, a powierzenie jej zadań zarządczych

⁸⁷ Także z uwagi na dokonane już we wspomnianym Liście określenie celów istnienia szlaku oraz jego podjętej przebudowy i powierzenie zadań sformułowania jego nowej strategii odrębnemu gremium (Radzie PNdsSP), zagadnienia te (zarysowane w rozdziale pierwszym), nie będą przedmiotem dalszych wywodów w niniejszym rozdziale. Natomiast przedstawione tu propozycje są zgodne z zaleceniami sformułowanymi przez Radę i zapisanymi w protokołach z jej posiedzeń oraz oparte na raportach z audytu szlaku i badań turystów, sporządzonych na jej zlecenie i przez nią przyjętych (por. rozdz. 1.3.4.).

w tym wypadku nie rozpocznie jego działania, ale nałoży się na istniejące już elementy i powiąże je w całość. Nie jest to bynajmniej równoznaczne z propozycją odświeżenia w czasie przebudowy ośrodka koordynacyjnego, przeciwnie – jego sprawne funkcjonowanie przyspieszy, a w niektórych wypadkach umożliwi dokonanie zmian proponowanych w odniesieniu do poszczególnych aspektów funkcjonowania systemu. Taki układ rozdziału umożliwi jednak łatwiejsze zapoznanie się z poszczególnymi elementami proponowanej przebudowy oraz ich bezpośrednie przejęcie do nowej strategii rozwoju szlaku, tworzonej równoległe z przebudową ośrodka zarządczego i wpływającej na jego ostateczny kształt. Jednocześnie odbija on przekonanie autora, że implementacja szeregu konkretnych potrzebnych rozwiązań w poszczególnych miejscach i obiektach szlaku (posiadających ostatecznie status niezależnych podmiotów, w tym często instytucji kultury) powinna być traktowana jako pilna i nie musi być uzależniana od inicjatywy jego zarządcy.

Propozycje konkretnych rozwiązań, podawane w ramach postulatów ogólnych i zaleceń szczegółowych pochodzą z trzech głównych źródeł. Pierwszym z nich są propozycje samego autora, formułowane w oparciu o sprawdzone przykłady innych badanych przez niego szlaków lub koncepcji, doprowadzonych przynajmniej do postaci funkcjonujących projektów turystycznych, w których tworzeniu uczestniczył. Tej grupy propozycji nie oznaczono specjalnie w tekście rozdziału, tylko w wyjątkowych wypadkach odsyłając do opublikowanych opracowań analitycznych autora. Źródłami wykorzystanymi przy opracowywaniu przedstawionej koncepcji zarządzania są teoretyczne modele szlaków tematycznych, częściowo formułowane w ostatnich latach przez samego autora [Mikos v. Rohrscheidt 2009a, 2010a, 2012a], w części zaś pochodzące z analiz innych badaczy szlaków tematycznych [Mayer-Cech (2003), Gawęł (2011, 2012a, 2012b), Steinecke (2007), Puczko-Ratz (2007); Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk (2005); Stasiak (2006)]. Ostatnią grupą źródeł są wykorzystane opinie i zalecenia ekspertów z terenu samego Szlaku Piastowskiego, wyrażone podczas wywiadów eksperckich realizowanych w trakcie audytu szlaku (oznaczonych jako WE) oraz opinie podsumowujące, sporządzone przez pozostałych członków zespołu audytowego (PBU, MPI, SCZ, OAR).

4.1. Ogólne postulaty modernizacji koncepcji i oferty szlaku

4.1.1. Adresaci: dostosowanie oferty szlaku do profilu i preferencji turystów.

Niezbędnym punktem wyjścia przy ustalaniu strategii prawidłowego funkcjonowania szlaku, przynoszącego korzyści materialne obiektom, gminom, personelowi obsługi turystów, partnerom biznesowym i organizacji koordynującej jest dokładne ustalenie listy głównych odbiorców oferty. Musi ona objąć zarówno aktualnych użytkowników

szlaku, odwiedzających jego obiekty i przestrzeń już teraz, jak i tych potencjalnych, czyli grupę osób, dla których jego tematyka i lista atrakcji może być na tyle atrakcyjna, by skłonić ich do podjęcia takiej wyprawy w czasie wolnym. Wśród nich na pierwszym miejscu są osoby odwiedzające obiekty szlaku, ale nie korzystające z jego systemowej oferty oraz osoby przebywające w celach turystycznych w przestrzeni szlaku lub w bliskiej okolicy (np. w granicach obydwu województw, przez które przebiega szlak), ale nie zwiedzające szlaku ani jego pojedynczych obiektów. Zrealizowane badanie turystów pozwoliło (poza ostatnią z wymienionych grup) na ustalenie profilów turystów (liczba mnoga nie jest przypadkiem, albowiem, jak wykazało badanie, profile te w niektórych aspektach wykazują znaczniejsze różnice), ich preferencji (a więc charakteru miejsc, typów obiektów i wydarzeń odwiedzanych przez nich szczególnie chętnie podczas wyjazdów w skali całego roku i ich oczekiwań odnoszących się do atrakcji oraz usług na miejscu), typowych zachowań turystycznych (w tym przede wszystkim odpowiedzi na pytania o czas trwania podejmowanych przez nich podróży turystycznych, o skalę wykorzystania pakietów turystycznych rezerwacji oraz typy wybieranych obiektów noclegowych), wreszcie skali i struktury wydatków czynionych w związku z wyprawami turystycznymi. Posiadając tę wiedzę można przystąpić do ukierunkowywania oferty szlaku oraz poszczególnych obiektów na te grupy. Uwzględnienie ich preferencji i potrzeb oraz dostosowanie oferty do ich oczekiwań, a także adekwatne ustalenie kalendarza imprez i właściwa polityka cenowa (w tym rabatowa) pozwoli stworzyć kompleksową ofertę zagospodarowania ich czasu nie tylko zgodnie z ich zainteresowaniami, ale także zgodnie ze standardami przez nich akceptowanymi oraz na warunkach możliwych dla nich do przyjęcia. Należy przy tym zaznaczyć, że o ile oferta Szlaku Piastowskiego jako całości powinna uwzględniać wszystkie główne grupy potencjalnych turystów, to już oferta poszczególnych obiektów szlaku nie musi być skierowana do wszystkich, lecz (ze względu na profil danego obiektu i możliwości inwestycyjne) może i powinna nastąpić w tej dziedzinie pewna specjalizacja. Przykładowo obiekty o profilu archeologicznym mogą „ustawiać” swoją ofertę zgodnie z prezentowanymi w literaturze fachowej preferencjami turystów zainteresowanych historią i archeologią (tak długo, póki nie zostaną przeprowadzone własne badania turystów w samych obiektach) a obiekty sakralne mogą tworzyć specjalne moduły oferty dla kulturowych turystów religijnych, w tym pielgrzymów.

Badanie turystów i odwiedzających obiekty wykazało, że ofertę szlaku, ale także jego pojedynczych obiektów wykorzystują mniej więcej proporcjonalnie wszystkie grupy wiekowe (por. rozdz. 3.1.8.; 3.2.7.; 3.3.4.). Konsekwencje tego faktu mogą być bardzo istotne dla koncepcji oferty zarówno szlaku, jak i samych obiektów, zwłaszcza placówek muzealnych i miejsc wykreowanych dla potrzeb turystyki.

Wśród turystów zwiedzających szlak aktualnie, obok - nadal jeszcze licznych - polskich grup szkolnych (głównie starszych klas szkół podstawowych i młodzieży gimnazjalnej), badanie wykazało bardzo poważny udział małych, niemal wyłącznie polskich grup rodzinnych z dziećmi (3.1), odbywających podróże weekendowe i wakacyjne oraz typowych krajowych turystów weekendowych (w szczególności podróżujących w okresie tzw. długich weekendów), a także zauważalną grupę zwolenników turystyki żywej historii, wśród nich uczestników eventów tematycznych oraz rekonstrukcji historycznych. W konstrukcji poszczególnych ofert, a także usług, które jako swoich adresatów powinny uwzględniać osoby w różnym wieku powinien być brany pod uwagę szczególnie fakt uczestnictwa w zwiedzaniu szlaku i poszczególnych obiektów tak dużej liczby dzieci poniżej lat 16. Poważne konsekwencje w formułowaniu elementów oferty powinna mieć również nadproporcjonalnie liczna obecność osób w wyższym wykształceniu we wszystkich badanych grupach zwiedzających (3.1.8.1.; 3.2.7.; 3.3.4). Ze względu na nich w ramach oferty zwiedzania obiektów powinny pojawić się propozycje tematycznych tras zwiedzania szlaku oraz dodatkowe moduły w programach eventów, jak prelekcje i tematyczne warsztaty kreatywne. Wysoki stopień koncentracji turystów zwiedzających szlak na jego tematyce (86% wskazań na dwóch najwyższych poziomach - 3.1.2), należy uznać za wyraźną wskazówkę na rzecz konsekwentnej dbałości o zachowanie zgodności tematycznej systemu z jego profilem, osiągniętej w wyniku realizowanej przebudowy struktury systemu.

Na liście preferencji turystycznych osób zwiedzających szlak wysoka jest pozycja obydwu regionów, przez które przebiegają obie jego trasy, szczególnie Wielkopolski (3.1.3.). Organizujących wystawy, imprezy i lokalne propozycje zwiedzania w przestrzeni szlaku powinno to zachęcić do silniejszej koncentracji na poszczególnych aspektach regionalnego dziedzictwa kulturowego i lokalnej historii, na walorach żywej kultury, jednak bez wydzielania ich jako odrębnych całości albo zgoła osobnych instytucji, by w ten sposób zachować łączność oferty proponowanej w jednym miejscu, a przynajmniej w ramach wspólnej opłaty za zwiedzanie lub udział.

Oceniając według preferencji odnoszących się do obiektów, znaczący odsetek turystów jest zainteresowany ofertą muzeów. Niestety nie odbywają oni zorganizowanych wypraw, co jest skutkiem braku takich propozycji w polskiej ofercie turystyczno-kulturowej, w tym także w ofercie szlaku. Bardzo liczni turyści deklarują zainteresowanie historią Polski lub regionu. Natomiast w mniejszej liczbie (dlaczego?) pojawiają się na szlaku - indywidualni i podróżujący w grupach - polscy i zagraniczni turyści zainteresowani tematyką religijną (niekoniecznie tylko w jej aspekcie pielgrzymkowym i w ogóle przeżyciowym, ale także edukacyjnym), podobnie jak uczestnicy nieśmiało rodzącego się w Polsce środowiska turystów archeologicznych.

W przypadku tych grup – dla których analizowany szlak ma bardzo bogatą ofertę - należy podjąć badania ukierunkowane na bliższe rozpoznanie profilów i preferencji. W przypadku podróżujących w zorganizowanych grupach konieczne będzie ustalenie, kto jest organizatorem takich wycieczek, jakie miejsca programy wycieczek obejmują najczęściej, jak można dotrzeć do touroperatorów i jaką ofertę pakietową ci włączyliby do swoich programów. W odniesieniu do odwiedzających obiekty indywidualnie lub w małych grupach prywatnych potrzebne będzie rozpoznanie, jakie usługi turystyczne na miejscu wykorzystują poza samym zwiedzaniem atrakcji, czy generalnie są gotowi skorzystać z gotowych pakietów turystycznych (lokalnych i tematycznych), czym kierują się w ich wyborze, wreszcie - jaki typ pakietów i za jaką cenę byliby skłonni zaakceptować w przypadku tej destynacji. Na podstawie tych ustaleń należy następnie przystąpić do konstrukcji pakietów tematycznych w skali szlaku oraz pakietów lokalnych w miejscach większej koncentracji atrakcji przez nich preferowanych, a następnie skierować je do poszczególnych grup adresatów z wykorzystaniem wykorzystywanych przez nich kanałów informacji turystycznej. Zestawienie wybranych informacji uzyskanych dzięki przeprowadzonemu badaniu turystów pod tym kątem i ich analiza umożliwiłyby już teraz częściowe odpowiedzi na te pytania, wystarczające do formułowania hipotez badawczych. Za pośrednictwem koordynatora szlaku lokalni partnerzy szlaku mogą otrzymać takie wstępne opracowania i wykorzystać je w konstrukcji swoich ofert.

W świetle wyników badania turystów w obiektach (nie zwiedzających szlaku) warto rozważyć stworzenie otwartej i dostępnej bez ograniczeń oferty zwiedzania przynajmniej bliżej położonych obiektów szlaku dla licznej grupy kuracjuszy w zakładach leczniczych i korzystających z oferty prywatnej (3.2.3). Również dla korzystających z ofert ekoturystycznych oraz z agroturystyki warto tworzyć i udostępniać (na przykład za pośrednictwem zwiedzanego obiektu, lokalnej informacji turystycznej, obiektów noclegowych) oferty zwiedzania także innych bliżej położonych obiektów szlaku, szczególnie w mikroregionach z dużą koncentracją gospodarstw agroturystycznych, ośrodków leśnych, położonych przy akwenach wodnych oraz innych posiadających ofertę ekoturystyki.

Wykazane przez badanie wydatki turystów na szlaku na bilety wstępów (45.90 zł na osobę – rozdz. 3.1.6) to suma bardzo niska, co wskazuje na fakt tylko sporadycznego wykorzystania oferty płatnych wystaw i innych biletowanych atrakcji. Poprawa tego stanu mogłaby być osiągnięta poprzez a) zwiększenie atrakcyjności wystaw, w tym także dla grup rodzinnych, b) promocję wystaw i innych biletowanych atrakcji prowadzoną na miejscu i adresowaną do turystów spędzających czas w okolicy, c) sieciowanie ofert obiektów (np. umożliwienie zwiedzania kilku nieodległych od siebie obiektów z biletami kombinowanymi) lub/i d) lokalne pakietowanie ofert

(w tym wypadku włączanie zwiedzania wystaw i innych atrakcji w lokalne pakiety pobytowe, o czym poniżej).

Na podstawie analizy opinii turystów o poszczególnych aspektach szlaku jako całościowej oferty (rozdz. 3.1.5) można sformułować wnioski istotne dla ustalania strategii organizacji i promocji tego systemu. I tak wysoka ocena autentyczności kulturowej szlaku (4.31. w pięciopunktowej skali) świadczy o docenieniu jego głównego atutu, potwierdzonego wysokim poziomem tematyzacji (rozdz. 2.1.2.): jest to walor polegający na możliwości spotkania „in situ” z najstarszą warstwą polskiej historii i kultury. Ta ocena potwierdza słuszność przyjętej przy modyfikacji struktury i oferty szlaku zasady konsekwentnej tematyzacji systemu, dokonywanej przy jednoczesnym zastosowaniu kryteriów: autentyczności kulturowej i cezury historycznej, potwierdzonej ustaleniami historyków. Konsekwentne dokończenie tego procesu, a następnie należyta promocja i dbałość o zachowanie kryterium autentyczności przy ewentualnym poszerzaniu szlaku o nowe obiekty powinny doprowadzić do podwyższenia tej oceny wśród odbiorców oferty szlaku.

Także poziom percepcji i oceny walorów architektonicznych (wynik: 4.34) muszą być uznane za zadowalające. Można jednak podjąć starania o dalszą poprawę tej opinii przez lepsze i bardziej przystępne opisy obiektów oraz lepiej ilustrujący je materiał interpretacyjny w postaci literatury popularyzacyjnej i publikacji multimedialnych.

W kontekście wielości muzeów i różnorodności wystaw oferowanych w ramach Szlaku Piastowskiego poziom asocjacji muzeów i atrakcji kulturalnych jako charakterystycznej oferty i atutu turystycznego szlaku (wynik: 3.88) należy uznać za niski. Taka ocena powinna być impulsem do zaktywizowania działalności wystawienniczej muzeów, dalszego modernizowania ich wystaw ze wzbogacaniem ich o elementy interaktywne i multimedialne, a także silniejszego powiązania ekspozycji stałych (i czasowych) z tematyką szlaku jako całości i z profilem oraz dziejami pobliskich obiektów szlaku, nie posiadających własnych wystaw. Opinie turystów o atrakcyjności oferty muzealnej szlaku powinno poprawić także wprowadzenie systemu ujednoliconych opłat za wstęp (kupony, karnety, umożliwiające zakup wstępu w jednym miejscu do różnych placówek za obniżoną cenę), która skutkowałaby częstszym zwiedzaniem muzeów przez turystów znajdujących się w przestrzeni szlaku.

Opinię na temat „kulturalnej różnorodności atrakcji” szlaku na poziomie 3.44 punktów można określić jako dobry rezultat, zważywszy na wciąż istniejącą znaczną przewagę obiektów sakralnych na liście obiektów szlaku (por. 2.1.4). Taką opinię należy traktować jako kolejne potwierdzenie słuszności częściowej zmiany proporcji typów obiektów, dokonanej w wyniku przebudowy struktury szlaku i listy obiektów w roku 2011.

Percepcja „kulturowej wyjątkowości” obiektów i oferty szlaku na poziomie 3.70 musi być uznana za zdecydowanie niezadowolającą, a w kontekście rzeczywistych walorów szlaku właściwie za fatalną. Taki wynik należy interpretować jako pilną konieczność wzmożenia wysiłków skierowanych na promowanie właściwych walorów Szlaku Piastowskiego jako unikalnej przestrzeni narodzin państwa i kolebki tożsamości kulturalnej, a potem częściowo także narodowej. W obliczu słabnącej efektywności edukacji historycznej, ujawniającej się także na polu świadomości historycznej młodszych pokoleń Polaków należy za punkt wyjścia tych wysiłków ustalić poziom zerowy, to jest przyjąć roboczo (podobnie jak to niedawno uczyniły podmioty odpowiedzialne za promocję turystyczną Krakowa), że potencjalny adresat oferty szlaku, a także znajdujący się na nim turysta nie wie nic na temat okoliczności powstania i najdawniejszych dziejów państwa polskiego – i odpowiednio do tej konstatacji tworzyć komplementarną wzajemnie do siebie ofertę poszczególnych obiektów szlaku, w tym miejsc historycznych i wystaw muzealnych. W naturalny sposób taki kierunek kreacji oferty sprawdzi się także przy turystach zagranicznych, którzy – pod warunkiem skutecznej promocji – w najbliższej przyszłości korzystaliby z oferty szlaku.

Opinia o popularności szlaku jako „miejsca modnego do bywania” wyrażająca się w wyniku 2.73 nie może być uznana za ocenę dobrą. Należy przyjąć, że odbija ona zarówno ogólną atrakcyjność przestrzeni szlaku w oczach zwiedzających jak i przekonanie turystów o popularności tej oferty w skali całej populacji. Tak niska ocena oznacza, że turyści zwiedzający szlak aktualnie nie uważają wyprawy w jego przestrzeń za element „kanonu turystycznego” - zestawu ogólnie akceptowanego i powielanego przez dużą grupę turystów zainteresowanych kulturowo. Ewentualna znacząca poprawa tej właśnie oceny, osiągnięta w wyniku kolejnych działań restrukturyzacyjnych byłaby sygnałem, że szlak na powrót staje się częścią owego turystycznego kanonu (przynajmniej w skali kraju), co w oczywisty sposób skutkowałoby powszechnym przekonaniem o jego atrakcyjności i pobudzało w szerokich kręgach właśnie „modę na jego zwiedzanie”. Taki stan oznaczałby idealną pozycję szlaku w ramach polskiej oferty turystyczno-kulturowej i stanowiłby z kolei sam z siebie impuls do masowego podejmowania wycieczek, przekładając się tym samym - bez szczególnych wysiłków i inwestycji ze strony gospodarzy i koordynatorów systemu - zarówno na popularyzację tematyki szlaku i efektywność kulturowego przekazu jego treści, jak i na skalę zysków z ruchu turystycznego.

Zarówno grupa turystów na szlaku, jak i turyści odwiedzający pojedyncze obiekty Szlaku Piastowskiego wykazują silną polaryzację postaw w stosunku do rozrywkowego elementu w ramach takiego pobytu lub przynajmniej rozmaicie oceniają jego znaczenie (por. rozdz. 3.1.2.; 3.2.2). Jednak fakt, że niemal dwie piąte zarówno tych

pierwszych, jak i drugich poszukuje takich doznań lub chętnie zaakceptuje taki element programu, powinien być brany pod uwagę w konstrukcji oferty turystycznej obiektów i miejscowości szlaku, które posiadają dobre warunki do organizacji imprez, szczególnie eventów tematycznych zgodnych z profilem systemu i danego obiektu.

Znaczny jest odsetek osób wykazujących skryształizowane zainteresowania określonymi obiektami (dwa najwyższe poziomy oceny wśród turystów na szlaku wskazało 57,6% (3.1.2.), a wśród turystów zwiedzających pojedyncze obiekty - 64,5% (3.2.2.) przy jednoczesnej dużej ilości i znacznej różnorodności obiektów szlaku. Na tej podstawie można wnioskować, że opracowanie kilku „warstw” szlaku z określonym tematem wiodącym, koncentrujących się na niektórych typach obiektów o podobnych profilach lub ofercie, włączenie ich do ogólnej oferty szlaku dystrybuowanej przez koordynatora, współpracujących z nim oferentów lub inne podmioty oraz przedkładanie ich turystom zwiedzającym pojedyncze obiekty jako odrębnych propozycji zwiedzania szlaku - mogłoby okazać się skutecznym sposobem skłonienia tej grupy do zwiedzania szeregu obiektów systemu, w zgodzie z ich zainteresowaniami. Z kolei zwiedzających szlak systemowo taka oferta może zachęcić do przedłużenia pobytu, obejmującego bardziej intensywne korzystanie z oferty kulturalnej. Wyniki badań umożliwiają ustalenie zainteresowań tej grupy bardziej szczegółowo, co pozwala na wskazanie, jakie propozycje powinny być rozpatrywane i konstruowane w pierwszej kolejności, jako odpowiadające ich oczekiwaniom. Ich preferowanymi obiektami są zabytki architektury, wśród nich - obok rzadko występujących w przestrzeni szlaku średniowiecznych zamków, zabytkowych pałaców oraz parków i ogrodów - miejsca wydarzeń historycznych, w tym bitew, dalej: muzea różnych typów, sanktuaria i historyczne kościoły, skanseny i małe historyczne miasta, a w nich trasy tematyczne, wreszcie historyczne pomniki (3.1.3; 3.2.3.). Ustalona lista preferencji turystów powinna być uwzględniana przez odpowiedzialnych za formułowanie oferty turystycznej zarówno szlaku jako całości, jak i obszarów lokalizacji jego obiektów do podejmowania działań koncepcyjnych na rzecz wykreowania atrakcyjnej dla nich oraz szeroko dostępnej oferty.

Jedną z niewielu znaczących różnic w zachowaniach turystycznych pomiędzy zwiedzającymi Szlak Piastowski systemowo a zwiedzającymi pojedyncze obiekty jest skala wykorzystania oferty noclegowej. O ile w tej pierwszej grupie pobyt obejmuje średnio 3.1 noclegów (3.1.4.), to w drugiej jest to tylko 1.9., przy czym aż około jednej czwartej z nich w ogóle nie korzysta z noclegu w trakcie wyjazdu, a pozostali w większości nocują poza przestrzenią szlaku (3.2.4). Ponieważ deklarowany czas wyjazdu i miejsce noclegu mają bezpośredni wpływ na wykorzystanie nie tylko usług noclegowych, ale i gastronomicznych oraz pozostałej oferty kulturalnej i roz-

rynkowej, należy w skali lokalnej, we współpracy administratorów obiektów szlaku, władz samorządowych, instytucji kultury, miejsc rozrywki i ośrodków aktywnego spędzania czasu podjąć jak najpilniejsze działania zmierzające do konstrukcji lokalnych pakietów pobytowych, zawierających różnorodne moduły z opcją noclegu. Ich głównymi atrakcjami – jako magnesy przyciągające turystów - byłyby obiekty Szlaku Piastowskiego i odbywające się w nich eventy tematyczne, w tym regularnie organizowane wieczorne eventy (lub mikroeventy) dla turystów, zachęcające tych ostatnich do pozostania na miejscu i skorzystania z noclegu. Realizowane na obszarze gmin szlaku poszerzenie oferty oraz włączenie do niej atrakcyjnych modułów z propozycjami rozrywki, zaadresowane wprost do tych gości i wsparte regularnymi działaniami informacyjnymi i promocyjnymi mogą odnieść pożądany skutek, a przy okazji zwiększyć skalę odwiedzin w obiektach oraz wielkość zysków z turystyki w przestrzeni szlaku.

4.1.2. Magnesy szlaku

Takim mianem określono główne atrakcje, z jednej strony motywujące ludzi do podjęcia podróży turystycznej, z drugiej przyciągające ich do konkretnych miejsc i w rezultacie generujące w tych miejscach zyski z ruchu turystycznego. Wśród typowych „magnesów” turystyki kulturowej jest kilka typów, które (uwzględniając profil systemu i charakter jego obiektów) mogłyby z powodzeniem funkcjonować w przestrzeni Szlaku Piastowskiego. Poniżej zostały one krótko scharakteryzowane, z podaniem konkretnych przykładów ich realizacji.

4.1.2.1. Obiekty – modernizacja i modyfikacja oferty

Fakt, że to one są głównymi atrakcjami szlaku jest oczywisty – ich charakter i/lub dzieje są przecież zgodne z jego profilem i w istocie współtworzą tematykę, a także ofertę systemu. Są one często pierwotne w znaczeniu materialnych świadectw historycznego dziedzictwa (co w przypadku szlaku kulturowego profilowanego historycznie ma znaczenie fundamentalne), a w licznych przypadkach są także najszerzej znanymi ogniwami systemu. Ich kluczowe znaczenie dla szlaku nie wymaga zatem dodatkowych uzasadnień. Propozycje dotyczące poprawy ich funkcjonowania (w tym przede wszystkim oznaczenia, gwarancji dostępności) oraz korekty albo rozbudowy ich oferty umieszczono w innych miejscach tego rozdziału, zarówno w części ogólnej, jak i w postulatach szczegółowych. W tym miejscu ograniczymy się do podkreślenia potrzeby ich „ożywienia” [WE-3], a więc poszukiwania, zrozumienia i zaakceptowania nowych funkcji tych obiektów, akceptacji ich dostosowywania do nowych potrzeb. Dzieje znakomitej większości historycznych budowli na przestrzeni wieków dostarczają licznych świadectw zmian, modernizacji, przebudów i dostoso-

wywania ich do potrzeb aktualnych właścicieli oraz wykorzystującej je społeczności, i to właśnie gwarantuje im trwałą obecność w krajobrazie kulturowym [Gawel 2011, s. 102-103] oraz w świadomości kolejnych pokoleń. Niniejszy wywód nie powinien być żadną miarą rozumiany jako wezwanie do rewolucyjnych zmian w strukturze samych obiektów. Jednak należy pilnie rozważyć najbardziej efektywne działania zmierzające w kierunku stopniowego, lecz konsekwentnego budowania w środowisku administratorów zabytkowych obiektów szlaku (w tym przede wszystkim obiektów sakralnych) świadomości, że tak jak wzniesiono je niegdyś wspólnym wysiłkiem (bo czym innym jest inwestycja władcy z wykorzystaniem zebranych przezeń środków i pracy podległych mu ludzi), tak nadal powinny służyć nie jednej grupie ludzi (wiernym i pielgrzymom czy lokalnym społecznościom) – ale kolejnemu pokoleniu Polaków, przede wszystkim zaś tym, którzy odwiedzają je jako swoje narodowe dziedzictwo. Także w przypadku niektórych muzeów w przestrzeni szlaku powinno dojść do gruntownej przemiany (przebudowy?) świadomości ich pracowników, jakoby obiekt był wyłącznie miejscem zachowania i konserwacji cieżgodnych świadectw przeszłości i wygodnym oraz stabilnym pracodawcą dla jego personelu. Takie myślenie (nawet jeśli nie artykułowane wprost, to znajdujące swoje odbicie w działaniach i zaniechaniach) odbija się nie tylko w (ubogim) zakresie oferty dla turystów, ale także w ich nienależytym traktowaniu i w braku dbałości o pozyskiwanie oczekiwanych przez nich kompetencji. Dopiero fundamentalna zmiana rozumienia roli obiektu z jednej strony oraz zrozumienie turystyki kulturowej jako szansy dla zachowania jego rangi i możliwości utrzymania z drugiej, doprowadzą do wykreowania rzeczywistej, a nie tylko „papierowej” atrakcji. Zasady nowoczesnego planowania i realizacji ekspozycji jako narzędzia nie narzucającej się zwiedzającemu edukacji muzealnej nie są przedmiotem tego opracowania, wszelako zostały szerzej opisane gdzie indziej i są dostępne także w języku polskim [Szeląg, Skutnik 2010; Barańska 2004]. Droga do tego mogą być szkolenia personelu, w tym także - a może przede wszystkim - jego warstwy kierowniczej (o czym poniżej), podjęcie dialogu z odwiedzającymi obiekt turystami i wsłuchanie się w artykułowane przez nich oceny i oczekiwania, z wykorzystaniem sprawdzonych narzędzi [Hein 2010, s. 69-78], wreszcie konsekwentne wprowadzenie najważniejszych postulatów sformułowanych w odniesieniu do konkretnych obiektów i opisanych w grupie zaleceń szczegółowych. Ze względu na wielość obiektów posiadających ekspozycje, z pożytkiem dla szlaku jako oferty systemowej mogłoby być wspólne ustalenie przez zainteresowanych minimalnych standardów ich urządzenia, opisu oraz obsługi zwiedzających i zapisanie ich w postaci porozumienia. Koordynator szlaku lub inny podmiot (na przykład niewielkie gremium fachowców) z jego udziałem powinni mieć możliwość regularnej weryfikacji spełniania takich podstawowych standardów [WE-10].

Stwierdzony poważny odsetek osób z wykształceniem akademickim zarówno wśród turystów zwiedzających systemowo szlak (tu dwukrotnie więcej niż w polskiej populacji - 3.1.8.), jak i pojedyncze obiekty (3.2.7.; 3.3.4) powinien być uwzględniony przy opracowywaniu oferty zwiedzania obiektów posiadających wystawy oraz w konstrukcji programów eventów tematycznych. Przynajmniej jako jedna z opcji zwiedzania wystaw oraz element programu imprez powinny pojawić się bardziej ambitne propozycje dla tej licznej grupy osób, obejmujące między innymi mikroeventy w ramach wystaw i zwiedzania obiektów czy alternatywne elementy wystaw (np. kioski multimedialne) z bardziej wymagającymi zadaniami kreatywnymi. W niektórych obiektach szlaku (szczególnie większych muzeach), dysponujących odpowiednimi technologiami, zapleczem oraz przygotowanym do tego personelem, powinny być rozważone możliwości zorganizowania indywidualnych usług typowych dla rynku transformacji (por rozdz. 1.2.4). Bez konsultacji z zainteresowanymi instytucjami i konfrontacji z ich strategiami rozwoju trudno wskazywać konkretne miejsca, gdzie takie projekty miałyby być realizowane, jednak ze względu na potencjał historyczny i oczekiwania turystów, ukierunkowane na przeżycie w autentycznych miejscach takimi miejscami są w pierwszym rzędzie placówki zlokalizowane w sąsiedztwie najważniejszych historycznych walorów szlaku (w Gnieźnie, Poznaniu, Kruszwicy).

Konieczne należy także wyciągnąć wnioski z istotnego faktu, że niemal na każdego ankietowanego wypełniającego kwestionariusz przypada jedno dziecko poniżej 16 lat (rozdz. 3.1.7; 3.2.5). Oznacza to konieczność zadbania w obiektach szlaku o ofertę zwiedzania dla dzieci, dodatkowe propozycje rozrywki (tematycznej), jak mikroeventy o profilu interaktywnym (np. gry tematyczne, inscenizacje), skierowane do dzieci materiały informacyjne i literaturę, względnie o wprowadzenie propozycji dla grup rodzinnych, ukierunkowanych na wspólne zwiedzanie i obejmujących zrozumiale dla dzieci środki przekazu i wyrazu. Na dzień dzisiejszy liczna obecność dzieci wydaje się być uwzględniana głównie w postaci biletów ulgowych oraz znacznego wyboru adresowanych do nich (niestety, najczęściej dosyć mało oryginalnych) pamiątek.

Wysoki poziom koncentracji turystów zwiedzających szlak oraz pojedyncze obiekty na osobistym doświadczeniu świadectw dziedzictwa, oraz na przekazach otrzymywanych „in situ”. (rozdz. 3.1.2.; 3.2.2) dla administratorów obiektów szlaku, które posiadają fizycznie takie możliwości (przestrzeń, personel, grupy współpracujące, środki), powinny być wyraźną zachętą do zadbania o wystarczającą i atrakcyjną propozycję eventów tematycznych i mikroeventów (jak inscenizacje, a jeszcze lepiej scenariusze interaktywne), a także o wysoki poziom podstawowej formy interpretacji dziedzictwa - przewodnictwa i o wprowadzanie alternatywnych, atrakcyjnych, „prze-

zyciowych” form oprowadzania (jak zwiedzanie fabularyzowane). Wychodzą one naprzeciw oczekiwaniom subiektywnego „przeżycia” historii „z pierwszej ręki”. Zarówno jedne jak i drugie wymienione grupy ofert – jako generujące dodatkowe koszty – w mniejszych obiektach niekoniecznie muszą znaleźć się w ofercie codziennej. Dobrze, jeśli pojawiłyby się przynajmniej na bazie regularnej propozycji, realizowanej w wybrane dni roku (sezonu) z włączeniem do kalendarza imprez szlaku. Ze swej strony odpowiedzialni za turystykę w poszczególnych miejscowościach z obiektami szlaku mogliby rozważyć organizację w obiektach lub ich sąsiedztwie wieczornych eventów, powiązanych tematycznie z profilem lub historią obiektu, a to w celu zatrzymania turystów na nocleg i tym samym zwielokrotnienia zysków generowanych przez ich pobyt.

Ocena obiektów przez turystów wypadła generalnie pozytywnie, jednak fakt powtarzania się pewnej grupy mankamentów powinien skłonić ich administratorów do krytycznego przyjrzenia się poziomowi ich przygotowania do zwiedzania. Pomocne mogą być w tym niektóre uwagi turystów, przytoczone w rozdziale 3 (3.1.5.; 3.2.4.; 3.3.3.). Z uwagi na znaczną liczbę obiektów i ich różnorodność trudno w tym miejscu wskazać konkretne mankamenty oraz sformułować szczegółowe propozycje rozwiązań, niemniej ten element analizy wyników badania powinien stanowić dla administratorów poszczególnych obiektów wyraźną wskazówkę. Ponieważ obok mankamentów odnoszących się do poszczególnych miejsc (jak niska estetyka ich otoczenia, niedostateczna informacja w samym obiekcie) najczęściej odnotowywano skargi na mało satysfakcjonujące urządzenie i wyposażenie obiektów do zwiedzania (w tym jakość wystaw), braki podstawowej infrastruktury w obiektach, brak lub ograniczenia dostępności obiektów, jakość obsługi w obiektach oraz brak oferty gastronomicznej w obiektach oraz w ich sąsiedztwie, propozycje rozwiązań tych problemów zostaną szerzej omówione odrębnie.

Fakt, że niemal 80% turystów zwiedzających szlak systemowo oraz ponad 75% zwiedzających pojedyncze obiekty wskazało „atmosferę miejsca” (czyli czynnik określający subiektywne przeżycie i osobiste doświadczenie) na dwóch najwyższych poziomach skali oceny swojej motywacji turystycznej (3.1.2.; 3.2.2) powinien stanowić podstawę do podjęcia w obiektach posiadających takie możliwości (m.in. wystarczającą przestrzeń, przygotowany personel, współpracujące grupy animacji historii), działań zmierzających do uatrakcyjnienia interpretacji dziedzictwa. Mogą one przyczynić się do szybkiego wzrostu poziomu zadowolenia zwiedzających, a w konsekwencji – do wzrostu ruchu turystycznego. Na takie działania mogą się złożyć m.in. wspomniane urozmaicenie oferty przewodnictwa (w tym włączenie do stałej oferty właśnie jego form „przeżyciowych” oraz stworzenie i realizacja jako regularnych propozycji scenariuszy atrakcyjnych mikroeventów (jak inscenizacje historycz-

ne oraz gry tematyczne i inne zajęcia interaktywne). Takie moduły oferty sprawdzają się jako instrumenty tworzące atmosferę dla subiektywnego przeżycia historii jako doświadczenia przekazywanego niejako „z pierwszej ręki”. i tym samym wychodzą naprzeciw wspomnianym oczekiwaniom.

4.1.2.2. Eventy tematyczne.

Są to krótkotrwałe imprezy masowe o charakterze kulturalnym (jak festiwale, zjazdy środowiskowe) lub bardziej rozrywkowym (jak zloty, festyny, zawody) przyciągające turystów swoim tematem i programem (eksploatującym wątki historyczne, artystyczne, religijne, kreatywne). Z punktu widzenia strategii szlaku ważne jest, by odbywały się one zgodnie z uzgodnionym kalendarzem (o czym na innym miejscu), natomiast ze względu na korzyści lokalnych usługodawców ważnym postulatem jest, by ustalać takie ramy czasowe ich programów, żeby obejmowały one choć jeden nocleg na miejscu, ponieważ to skokowo powiększa ilość pieniędzy pozostawionych przez turystów na miejscu (na nocleg, posiłki, dodatkowe pieniądze wydane w ramach atrakcji wieczornych). W polskich opracowaniach naukowych na temat turystyki kulturowej wielokrotnie już wspomniano o znaczeniu eventu wieczornego w ramach turystyki miejskiej, w tym także z podaniem przykładu eventu w przestrzeni Szlaku Piastowskiego [Mikos v. Rohrscheidt, 2008, s. 345-353] a także w zwiedzaniu szlaków tematycznych [Mikos v. Rohrscheidt 2010, s. 65n; 361n]. Zarówno prowadzone przed dwoma laty badania potencjału Szlaku Piastowskiego [Mikos v. Rohrscheidt, 2010, s. 184; s. 205] jak i przedstawione powyżej badania skali eventyzacji w ramach audytu (por. 2.4.3) dowiodły, że brak takiego eventu w decydującym stopniu osłabia efekt ekonomiczny wynikający z organizowania i uprawiania turystyki kulturowej zarówno na całym Szlaku Piastowskim, jak i w poszczególnych jego miejscowościach. Problem dostrzegają także pytani eksperci z różnych środowisk związanych z turystyką na szlaku [WE-26; 30; 32]. Niski poziom asocjacji eventów („festiwali i wydarzeń”) z ofertą szlaku, ustalony przez badanie turystów (2.88 w pięciopunktowej skali) oraz fakt, że tylko 6,3% zwiedzających szlak podaje imprezy kulturalne jako powód swojego pojawienia się w tej przestrzeni (3.1.2.) należy uznać za jednoznaczne wskazówki zbyt słabej roli eventów jako stymulatorów ruchu turystycznego, co w największej mierze jest spowodowane potwierdzoną przez badania audytowe wielką luką w ofercie szlaku. Z kolei stwierdzone istnienie niemal dwukrotnie większego odsetka osób ukierunkowanych na uczestnictwo w imprezach wśród turystów w obiektach, niż wśród turystów na szlaku (por. rozdz. 3.1.2. i 3.2.2) powinno być impulsem do działań służących kreowaniu nowych eventów w kolejnych miejscach oraz zapewnieniu informacji o nich we wszystkich obiektach szlaku, w szczególności tych, gdzie takie imprezy już są orga-

nizowane. O ile to pierwsze jest zadaniem administratorów obiektów i (ewentualnie) instytucji kultury oraz komórek odpowiedzialnych za turystykę w strukturach lokalnych władz i organizacji, to dystrybucja informacji o eventach oraz ich promocja wchodzi w naturalny zakres zadań koordynatora szlaku i zostaną szerzej opisane poniżej.

Badanie turystów potwierdziło istnienie zauważalnej grupy osób, dla której impulsem do odwiedzin w obiektach szlaku była chęć skorzystania z oferty rozrywkowej, co uwzględniając profil tych obiektów i oferowanych przez nich propozycji należy uznać za zainteresowanie udziałem w organizowanych tam eventach tematycznych. W poszczególnych grupach badanych udział osób, które wskazały ten aspekt odwiedzin na najwyższym (5) poziomie akceptacji wyniósł od 19% do 23,1%. (rozdz. 3.1.2.; 3.2.2.; 3.3.2). Element rozrywki (najlepiej tematyzowanej zgodnie z profilem obiektu, a w miarę możliwości także z profilem całego szlaku) powinien być zatem brany pod uwagę w konstrukcji oferty turystycznej tych wszystkich obiektów szlaku, które posiadają warunki dla organizacji większych imprez cyklicznych. Uwzględniając oczywiste różnice pomiędzy obiektami szlaku, które regularnie organizują eventy tematyczne oraz tymi które (jak obiekty sakralne) z uwagi na swój profil nie angażują się w taką aktywność, można zaproponować, by we współpracy z przynajmniej niektórymi z tych ostatnich organizowały je inne podmioty w sąsiedztwie obiektu.

Eventy tematyczne, traktowane jako grupa propozycji, powinny w najbliższej przyszłości stać się znacznie silniejszym niż aktualnie magnesem przyciągającym turystów kulturowych w określone miejsca przestrzeni szlaku i skłaniającym ich do określonych zachowań (w tym do zwiedzania obiektów dziedzictwa). Powinien temu służyć spójny program eventów, dobrze przemyślany, silnie powiązany z danym obiektem, jego profilem i historią oraz atrakcyjny dla turystów, a także dobry poziom jego realizacji. Podstawą eventyzacji Szlaku Piastowskiego mogłaby stać się seria wieczornych imprez tematycznych na jego głównej osi, eksploatujących podstawową tematykę szlaku objętą wspólnym i bardzo nośnym tytułem „Tu się Polska zaczęła” i mających formę czy to pokazów plenerowych typu „światło i dźwięk”, czy to inscenizacji z udziałem aktorów (np. grup rekonstrukcyjnych) lub spektakli z wykorzystaniem technik hologramowych, eksponujących każdorazowo jeden z piastowskich tematów. Wprowadzenie wspólnego programu może się w pełni przyczynić do korzystnej zmiany zachowań turystów, skłaniając ich do rozciągnięcia swojej wizyty w przestrzeni Szlaku Piastowskiego na trzy, cztery lub więcej dni.

Niezależnie od programu na poziomie szlaku warto wszędzie tam, gdzie dotychczas brak takiej propozycji a istnieją możliwości jej zorganizowania rozważyć możliwość wykreowania tematycznej atrakcji wieczornej na miejscu - w samych obiektach szlaku i w ich otoczeniu. Taka propozycja – obok samego, być może płatnego, udziału -

stworzyłaby możliwość zatrzymania na dłużej także zwiedzających z bliższej okolicy i skorzystania przez nich przynajmniej z oferty gastronomicznej, a tym samym zwiększenia poziomu zysków.

4.1.2.3. Lokalne trasy tematyczne.

Znaczna grupa wskazań na chęć zwiedzania miejscowości (17,2%) i często jeszcze wyższa pozycja licznych innych atrakcji, które można znaleźć w bezpośredniej okolicy na liście preferencji turystów zwiedzających szlak (3.1.3) zdają się potwierdzać istnienie niemałej grupy turystów, których interesują propozycje szersze niż samo zwiedzanie jego obiektów (a tym samym dłuższy pobyt w poszczególnych miejscach), jednak możliwie powiązane z jego profilem kulturowym. Fakt istnienia grupy zainteresowanej propozycją takich spacerów potwierdza wprost również stosunkowo wysoka lokata tematycznych tras turystycznych w miastach (14.4% wskazań). Warto przy tym zauważyć, że w przytaczanym badaniu turystów wysoką pozycję jako pożądane miejsca zwiedzania zajęły także parki i ogrody (31.6% wskazań), co powinno skłonić do zastanowienia się nad włączeniem takich obszarów tam, gdzie to jest możliwe, do tworzonych lub istniejących tras turystycznych.

Turystyczne trasy (czyli lokalne wersje szlaków) są często spotykanymi i pożądanymi elementami większych systemów: szlaków kulturowych, w tym tematycznych. Jako miejscowe ogniwo takiego szlaku trasa organizuje zwiedzanie większych zespołów obiektów skoncentrowanych na niewielkiej przestrzeni lub ośrodków miejskich, co staje się potrzebne wtedy, gdy lokalny zestaw potencjalnie atrakcyjnych walorów wykracza poza pojedynczy obiekt. Podstawowe zalety trasy *tematycznej* w kontekście szlaku kulturowego są następujące: zachowując tematykę szlaku wprowadza ona element lokalnego „unicum”, w tym narracje lokalne, przyciąga turystę do danego miejsca i skłania do przedłużenia pobytu w nim, porządkuje przestrzennie i łączy we wspólną ofertę poszczególne miejsca, stwarzając tym samym turystom możliwość odwiedzenia ich wszystkich oraz skorzystania z rozmaitych wrażeń.

[Mikos v. Rohrscheidt 2009d, s. 101-105]. Z kolei – patrząc od strony obiektów połączonych trasą - jej tworzenie w naturalny sposób wymusza swoistą inwentaryzację poszczególnych propozycji i usług oraz takie ich uporządkowanie - a w konsekwencji także rozłożenie akcentów oferty - by odbiorca (turyista) mógł doświadczyć całej ich różnorodności i w każdym miejscu skorzystał z innych możliwych modułów, generując tym samym także zysk dla wszystkich partnerów. Natomiast *multitematyczna* trasa lokalna jest narzędziem promocji innych atrakcji turystycznych, nie znajdujących się na liście szlaku tematycznego, jednak potencjalnie atrakcyjnych dla turysty kulturowego i warty odwiedzenia. Taka lokalna propozycja, organizowana

w ramach materialnego szlaku kulturowego także powinna mieć standard trasy materialnej⁸⁸, co gwarantuje jej trwałość, dostępność poszczególnych ofert oraz połączenie w jej ramach rozmaitych usług, wśród których indywidualny turysta lub organizator wycieczki grupowej może dokonać wyboru.

Ze względu na cel niniejszego opracowania, odnoszącego się do całości szlaku, możliwe jest jedynie wskazanie na możliwości „zagospodarowania” piastowskiego dziedzictwa w szeregu miejsc oraz egzemplaryczne rozwinięcie tego pomysłu w formie studium przypadku dla wybranych z nich. Przestrzeniami potencjalnie najbardziej nadającymi się dla organizacji tras lokalnych w ramach Szlaku Piastowskiego są takie, gdzie ma miejsce duża koncentracja obiektów szlaku w niewielkiej odległości od siebie, którą można pokonać pieszo lub z krótkotrwałym użyciem środka transportu publicznego albo własnego środka lokomocji - w tym ostatnim przypadku najlepiej po specjalnie oznaczonym odcinku drogi. Na podstawie przestrzennej lokalizacji obiektów Szlaku Piastowskiego trasy lokalne mogłyby zostać od zaraz stworzone w Poznaniu (7 obiektów, niezależnie od innych atrakcji), Gnieźnie (4 obiekty i kilka chronologicznie powiązanych, możliwość włączenia pobliskich: Lednicy i Trzemeszna), w Kaliszu (3 obiekty szlaku i szereg innych zabytków), Włocławku (2 obiekty i inne zabytki, możliwość włączenia Brześcia Kujawskiego), a także w trójkącie sąsiadujących gmin Strzelno – Inowrocław – Kruszwica (same obiekty Szlaku lub z innymi atrakcjami) oraz w gminach Żnin i Gąsawa (z wykorzystaniem innych atrakcji).

Dla prezentacji przykładowej struktury i możliwości wykorzystania takiej trasy wybrano jedno środowisko wielkomiejskie (Poznań) oraz jedno obejmujące szereg mniejszych miejscowości (w gminach Żnin i Gąsawa).

Propozycja 1. POZNAŃ – „Trasa Piastowska”

W kontekście podejmowanych w mieście w ostatnim czasie działań służących rozwijaniu turystyki kulturowej (jak rekonstrukcja części Zamku Królewskiego na Wzgórzu Przemysła z wystawą biograficzną i wieżą widokową, otwarcie w pomieszczeniach Makiety Dawnego Poznania drugiego obiektu multimedialnego - makiety Grodu Poznańskiego, urządzenie stałej wystawy „Tu się Polska zaczęła” w Muzeum Archeologicznym) - stworzenie lokalnej tematycznej „trasy piastowskiej” wydaje się już nie tylko ze wszech miar pożądane, ale znacznie łatwiejsze niż przed niewielu laty. Wizualnie propozycję takiej trasy ilustruje **Rycina 32**. Powinna ona objąć także pozostałe obiekty szlaku: Archikatedrę, relikty palatium, ICHOT . kościół św. Jana

⁸⁸ Szerzej o trasach miejskich, w tym ich znaczeniu we współczesnej turystyce, funkcjach w ramach miejskiej oferty oraz standardach zapewniających „materialny” status trasy, por. [Mikos v. Rohrscheidt, 2009d, s. 95-126].

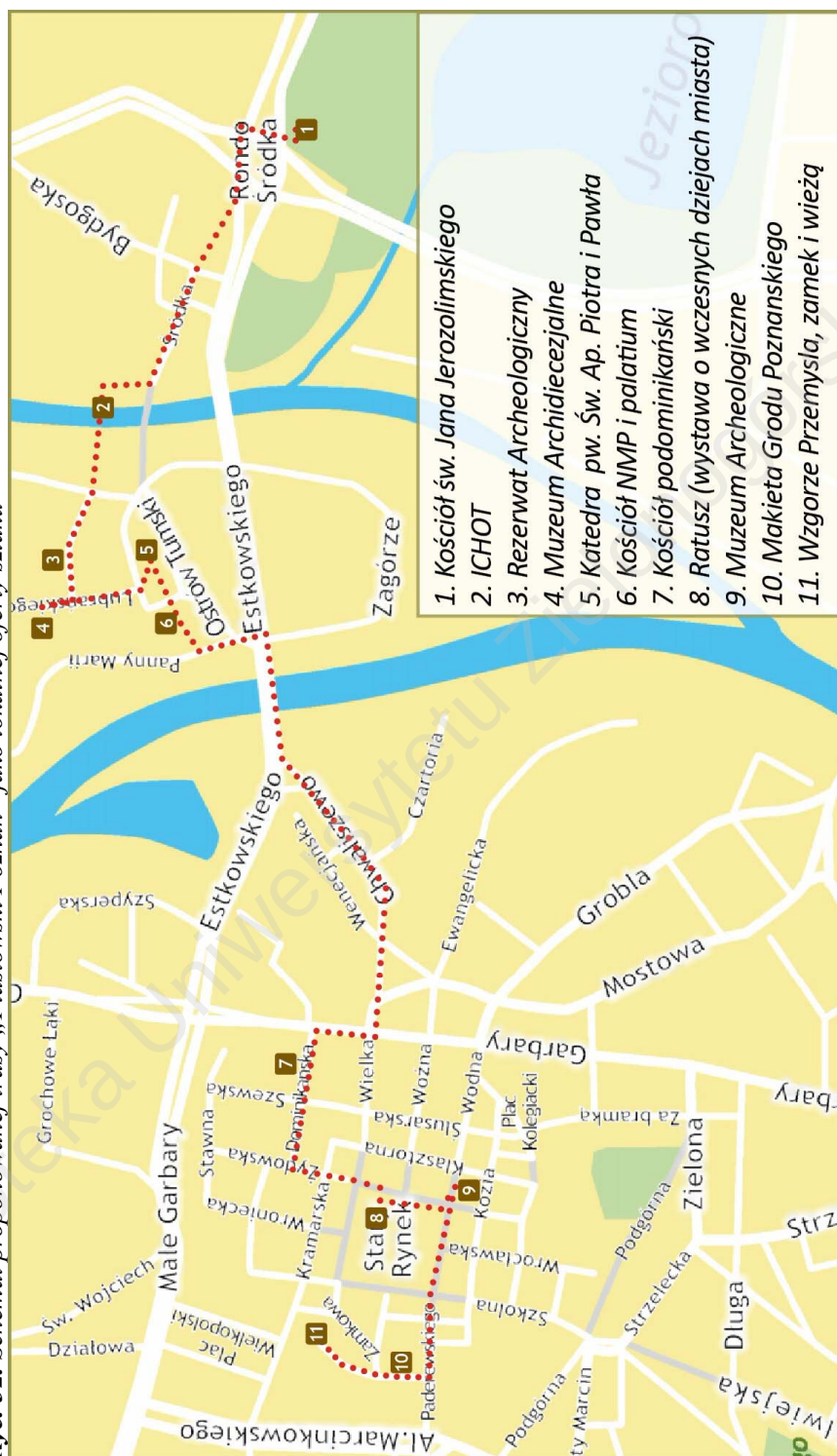
Jerozolimskiego za Murami, ponadto proponowany na listę szlaku Rezerwat Archeologiczny, i chronologicznie najstarsze fragmenty wystawy o historii miasta znajdującej się w Ratuszu. Ponieważ właśnie na terenie dawnego grodu występuje największa koncentracja „obiektów piastowskich” i tu funkcjonują potencjalnie zdolne do tego instytucje, organizacja takiego przedsięwzięcia powinna mieć tu swój punkt ciężkości. Nowoczesna i zgodna ze standardami dzisiejszej turystyki, a przez to atrakcyjna i przyciągająca liczne grono zwiedzających wystawa tematyczna ramach ICHOT-u mogłaby być punktem ogniskującym (w wypadku początku na Komandorii) lub nawet punktem wyjścia takiej całodniowej oferty dla zainteresowanych, których trasa, zaczynając się od kościoła Św. Jana Jerozolimskiego, przebiegnie przez ICHOT, potem przez rekomendowany do szlaku Rezerwat Archeologiczny i Archikatedrę, do relikwów palatium przy kościele NMP „*in Summo*”, wprowadzi do wybranych wystaw Muzeum Archidiecezjalnego (posiadającego w swych zbiorach m.in. relikwię od wieków przypisywaną okresowi początków chrześcijaństwa w państwie piastowskim - domniemany miecz św. Piotra)⁸⁹, a następnie powiedzie ich do Starego Miasta, ku Muzeum Archeologicznemu, Ratuszowi, Makiecie Grodu Poznańskiego (choć dla tej ostatniej warto byłoby przemyśleć nową lokalizację na Ostrowie Tumskim) i wreszcie ku Zamkowi Królewskiemu, którego biograficzna ekspozycja poświęcona wielkopolskim Piastom i wieża widokowa z panoramą Poznania stanowiłyby jej ostatni element. „Trasa Piastowska” i funkcjonujące w jej ramach atrakcje byłyby w stanie zatrzymać wielu turystów na nocleg w Poznaniu. Przygotowane specjalnie dla trasy zestawy propozycji mikroeventów (jak prezentacje, pokazy, filmy, warsztaty, już oferowane w poszczególnych obiektach lub właśnie przygotowywane) oraz scenariusze jej zwiedzania (także fabularyzowanego i w konwencji gry miejskiej, znajdujące się w ofercie kilku poznańskich usługodawców) uczynią z niej jeden z najbardziej atrakcyjnych produktów szlaku i samego miasta. Jej utworzenie w poskutkuje mocniejszym wpisaniem Poznania w przestrzeń i ofertę Szlaku Piastowskiego z jednej strony i głębszym zrozumieniem dla jego kluczowej roli w tym systemie przez turystów – a i samych mieszkańców miasta – z drugiej.

Propozycja 2. GMINY ŻNIN I GĄSAWA – Trasa „Nasza ziemia za Piastów”

Na obszarze wymienionych gmin znajdują się trzy obiekty wpisane na nową listę Szlaku Piastowskiego: Rezerwat Archeologiczny w Biskupinie, tamtejsze Muzeum Archeologiczne wraz z Ośrodkiem Archeologii Eksperymentalnej oraz Muzeum

⁸⁹ W tym obiekcie warto przemyśleć nawet zorganizowanie odrębnej ekspozycji, spójnej tematycznie ofertą Szlaku Piastowskiego, co mogłoby z kolei skutkować wpisem Muzeum na listę obiektów Szlaku.

Ryc. 32. Schemat proponowanej trasy „Piaśtowski Poznań” jako lokalnej oferty szlaku



Źródło: Mikos v. Rohrscheidt 2012e, , s.56-58

Ryc. 33. Propozycja trasy lokalnej w ramach Szlaku w Gminach Żnin i Gąsawa



Źródło: A. Mikos v. Rohrscheidt - opracowanie własne.

Ziemi Pałuckiej w Żninie. Te obiekty stanowiłyby główne ogniwa proponowanej trasy, jednakże pod warunkiem utworzenia odrębnej wystawy stałej w Żninie, poświęconej jednemu z aspektów funkcjonowania państwa piastowskiego. Potencjalnie atrakcyjnym, i z pewnością wynikającym z dziejów miasta i okolicy tematem do wykorzystania w takiej ekspozycji (multimedialnej?) byłaby Bulla Gnieźnieńska z 1136 roku, której treścią jest gwarancja posiadłości arcybiskupów gnieźnieńskich, w znacznej części skoncentrowanych wokół Żnina. Wystawa mogłaby prezentować na przykład materialne podstawy organizacji kościelnej w średniowiecznej Polsce i tym samym znakomicie uzupełniać listę tematów (i atrakcji) Szlaku Piastowskiego. Stworzenie trasy pozwoliłoby także wykorzystać obiekty zwyczajowo zaliczane dotychczas do Szlaku Piastowskiego i znajdujące się na jego dotychczasowych trasach, jak Pomnik Leszka Białego w Marcinkowie Górnym (gmina Gąsawa), kolej wąskotorową (np. jako alternatywną ofertę przemieszczania się po osi głównej trasy, w tym między obiektami Szlaku Piastowskiego ze Żnina do Biskupina), Muzeum Kolei Wąskotorowej w Wenecji, ruiny zamku Nałęczu Wenecji, cenny kościół Św. Mikołaja w Gąsawie. Nic nie stoi na przeszkodzie, by także inne obiekty włączyły swoją ofertę do trasy. Przykładowo restauracja pałacowa w Grochowskich Szlacheckich (to już gmina Rogowo, ale bardzo blisko wymienionych obiektów) mogłaby włączyć do swojego menu ofertę „piastowskich” dań średniowiecznych, odtworzonych na podstawie receptur skomponowanych z udziałem archeologów lub przez nich zaproponowanych. W ramach rozwinięcia oferty tej trasy można także przemyśleć projekt stworzenia w Marcinkowie Górnym ekspozycji biograficznej, poświęconej Leszkowi Białemu i zbrodni gąsawskiej z roku 1227 (albo szerzej - okresowi podziałów dzielnicowych i politycznej rywalizacji książąt piastowskich), a w jej ramach zaproponować również turystom regularny mikroevent tematyczny (pokaz lub projekcję filmu). Realizacja takiego przedsięwzięcia mogłaby nie tylko znacznie urozmaicić pobyt turystów i wyeksponować autentyczny wątek mieszczący się bez wątpienia w profilu tematycznym Szlaku Piastowskiego, ale nawet stanowić podstawę do wpisania tej miejscowości na formalną listę obiektów szlaku. Atrakcyjność trasy na pewno podniosłoby także oznaczenie dróg rowerowych pomiędzy jej poszczególnymi obiektami jako tematycznej trasy w przestrzeni Szlaku Piastowskiego oraz jej połączenia (np. przez Mogilno) z Piastowskim Traktem Rowerowym, oznaczonym na terenie Wielkopolski tylko do Wydartowa i Izdb. To lokalizowałoby ten produkt na alternatywnej trasie Szlaku Piastowskiego, przynosząc wszystkie korzyści związane ze zwiększonym ruchem (aktywnych) turystów. Dodatkowo trasę można (a nawet należałoby) uzupełnić o oferty pakietów dla turystów indywidualnych, zawierające w ramach różnych opcji fakultatywnych propozycje noclegów w Żninie, Grochowskich lub Biskupinie, posiłków i wstępów do obiektów, przejazdów kolejką

i przewodnictwa turystycznego, a nawet wypożyczenia rowerów z możliwością ich oddania w innych punktach, co zapewni turystę większą swobodę. W opinii autora propozycja takiej trasy lokalnej, a) wykorzystującej tematykę Szlaku Piastowskiego, b) wzbogacającej listę uzupełniających atrakcji w jego przestrzeni i c) kreującej i utrzymującej dodatkową serię usług funkcjonujących na jego rzecz w skali lokalnej - wydaje się z pewnością lepszym pomysłem dla tego obszaru niż nie zmieniające w niczym jego potencjału protesty, od początku towarzyszące propozycjom zmiany struktury szlaku. Kreacja trasy mogłaby ostatecznie doprowadzić do uzasadnionej i korzystnej dla omawianego terenu korekty listy obiektów szlaku (por. casus Marcinkowa Górnego). Schemat tej lokalnej trasy prezentuje **Rycina33**.

Opierając się na wynikach inwentaryzacji potencjału turystyczno-kulturowego przestrzeni Szlaku Piastowskiego [KAG 1-22] atrakcyjne trasy, stanowiące lokalne produkty dla tej formy turystyki mogą w oparciu o obiekty Szlaku Piastowskiego powstać także w trójkącie Strzelno – Kruszwica - Inowrocław, w Kaliszu (miejska) i we Włocławku w powiązaniu z Brześciem Kujawskim. W przyszłości (po rozszerzeniu oferty i zapewnieniu dostępności obiektów) należy także rozważyć stworzenie lokalnej trasy wokół Wągrowca, koniecznie obejmującej także bardzo cenny kościół w Tarnowie Pałuckim. Z powodu krzyżowania szlaków w tym rejonie z przynależnością niektórych obiektów do obydwu systemów [Czajkowski, Mikos v. Rohrscheidt 2012, s.66n] trasa ta mogłaby przy okazji obsługiwać turystów zwiedzających Szlak Cysterski, przy wspólnym wykorzystaniu lokalnych pakietów. Z pewnością atrakcyjność proponowanych produktów podniesie zapewnienie im organizacyjnego statusu tras materialnych [Mikos v. Rohrscheidt 2009d, s.107n], co oznacza nie tylko dobrą tematyzację i pełne oznaczenie przebiegu tras oraz samych obiektów, ale także wdrożenie pozostałych kryteriów materialności: zagwarantowanie turystom dostępności faktycznej i wprowadzenie koordynacji z kilkoma przynajmniej usługami (jak przewodnictwo na zamówienie lub wynajem urządzeń audio-guide, mikroeventy w obiektach muzealnych na trasie - przynajmniej na zamówienie, niewielkie pakiety usług gastronomicznych lub rekreacyjnych, inne usługi).

4.1.2.4. Spójny program nowoczesnych wystaw.

Koncentracja popytu współczesnych turystów kulturowych na nowoczesnych i wieloaspektowych ekspozycjach (por. Rozdz. 1.1.2.), w powiązaniu z celami szlaku jako tematycznego systemu zwiedzania wymusza na organizatorach tych systemów z jednej strony modyfikację istniejących ekspozycji, z drugiej: ich powiązanie w spójne systemy, zapewniające integralność i komplementarność przekazu.

Wielkim problemem w tym aspekcie funkcjonowania Szlaku Piastowskiego jest stwierdzona przez badanie audytowe (rozdz. 2.1.7.1.) niespójność przekazu istniejących wystaw oraz brak zagospodarowania przez nie istotnych wątków organizacji życia społecznego w państwie wczesnopiastowskim. W interesie efektywności popularyzacji tego aspektu dziedzictwa, jak również spójności i atrakcyjności produktu turystycznego Szlaku Piastowskiego, a także jako warunek pozostania systemu na mapie najważniejszych destynacji turystyki edukacyjnej i jego pojawienia się na liście celów turystyki muzealnej oraz przyjazdowej turystyki dziedzictwa kulturowego, jest posiadania licznej i zróżnicowanej oferty nowoczesnych ekspozycji, „rozprowadzających” jego tematykę w poszczególnych miejscach. Dlatego konieczne jest wypracowanie całościowego programu dla muzeów i ekspozycji stałych w przestrzeni Szlaku Piastowskiego. Powinien on powstać z udziałem specjalistów (na przykład delegowanych członków Rady PNds.SP) i we współpracy z wszystkimi zainteresowanymi administratorami obiektów, a także specjalistami w zakresie organizacji wystaw muzealnych i ich nowymi technologiami. W taki program powinny potem - na zasadzie uzupełnienia luk i wprowadzania kolejnych aspektów piastowskiego dziedzictwa - wpisywać swoją tematykę i szczegółowe wątki (a także zastosowane odmienne techniki i metody narracji) nowe wystawy, tworzone w innych miejscowościach szlaku. W części rozdziału zbierającej postulaty szczegółowe są one wskazane imiennie wraz z proponowaną tematyką ekspozycji.

Z kolei fakt uzyskania przez muzea i wystawy sztuki bardzo znaczącej pozycji na liście preferencji turystów zwiedzających szlak (3.1.3) oraz pojedyncze obiekty (3.2.3) powinien zachęcić administratorów placówek tego typu do uzupełniania wystaw historycznych także ekspozycjami o charakterze artystycznym, eksponujących na przykład lokalny dorobek w dziedzinie sztuki lub dzieła tematycznie związane z profilem szlaku albo miejscowego obiektu.

Dokonane badanie (2.1.7.1.) wskazuje na istnienie kilku tematycznych wystaw w niektórych obiektach szlaku oraz potwierdza ich powstawanie. Jednak z drugiej strony całe znaczne obszary szlaku są ich pozbawione, co już aktualnie skutkuje utratą ich atrakcyjności w oczach odbiorców / turystów, która na pewno pogłębi się w obliczu rosnącej konkurencji zarówno w ramach szlaku, jak i ze strony atrakcji innych typów. Niezależnie od wyników inwentaryzacji obiektów [KAO 1-39] problem ten jest dostrzegany przez ekspertów [WE-2; 3; 24].

Oczywistym postulatem w tym kontekście jest zagospodarowanie owych luk, czy raczej ekspozycyjnych „pustyń” w przestrzeni szlaku. Audyt wykazał, że największym takim obszarem jest kujawsko-pomorska część szlaku, a stosunkowo ubóstwo w tej materii (jedna wystawa interaktywna) panuje także w południowej i wschodniej części Wielkopolski, w obszarze pomiędzy Łądem a Kaliszem. Jeśli te obszary mają

funkcjonować w strukturze szlaku na równych prawach i za parę lat nadal przyciągać turystów, to konieczna jest pilna modernizacja ich wystaw (przy czym nie chodzi tylko o ich nowoczesne urządzenie, ale o gruntowne przemyślenie ich koncepcji) lub stworzenie nowych ekspozycji. Prócz wymienionych powyżej potencjalnych atrakcyjnych miejsc w Żninie (temat bulli gnieźnieńskiej) i Marcinkowie Górnym lub Gąsawie (walki z okresu Polski dzielnicowej i zbrodnia gąsawska) miejscami nadającymi się do zagospodarowania w pierwszym rzędzie są Muzeum (wystarczająco długiej i ciekawej) Historii Włocławka, Mysia Wieża w Kruszwicy (gdzie można by zagospodarować baśniowy wątek początków dynastii Piastów, przy okazji przywołując podobne legendy założycielskie z innych krajów), dawny klasztor w Strzelnie (unikalny na szlaku wątek kobiecego życia monastycznego) oraz w Łądzie (a jeśli nie, to w Wągrowcu lub Lubiniu - życie średniowiecznego klasztoru), wreszcie w Kaliszu, tutaj z kolei eksponując długą i pełną zwrotów biografię Mieszka III, założyciela wielkopolskiej linii Piastów, ewentualnie funkcjonowanie kaliskiego grodu w ramach dzielnicowej Wielkopolski, nie tylko obfite w obłęzenia i dramaty, ale posiadające m.in. ciekawy wątek prowadzonej przez Żydów (w XII wieku!) książęcej mennicy. Przygotowanie całościowego programu wystaw powinno przebiegać równolegle do innych prac organizacyjnych przy szlaku. Umożliwi to potencjalnym organizatorom nowych atrakcji, administratorom obiektów aspirującym do uczestnictwa w ofercie szlaku, a także podmiotom w przestrzeni szlaku podejmującym przebudowę swojej oferty ekspozycyjnej (wyodrębniania wystaw, dostosowywania tematyki nowych ekspozycji) po pierwsze - dostosowanie się do przyjętych standardów urządzenia i obsługi turystów, po drugie - takie wpisanie się w kompleksową ofertę, by ją wzbogacić, a nie powielać.

4.1.2.5. Tematyczne oferty dla rodzin z dziećmi

Ich brak zauważalny jest właściwie we wszystkich aspektach funkcjonowania szlaku, dlatego ich wprowadzenie pożądanym jest tak w samych obiektach szlaku i w ich otoczeniu, jak i w ramach tematycznych tras lokalnych, w programach organizowanych eventów a także w ramach przygotowywanych pakietów dla turystów indywidualnych. Jak wykazały badania turystów na szlaku (rozdz.3), grupy rodzinne to zauważalna grupa, aktywna turystycznie szczególnie w weekendy wakacyjne, w długie weekendy i podczas wielodniowych eventów tematycznych. Przykłady obiektów posiadających ofertę dla dzieci i stosujących system rabatowy dla grup rodzinnych (m.in. Muzeum Archeologicznego w Poznaniu z jego imponującą listą imprez, Muzeum Pierwszych Piastów na Lednicy z grami archeologicznymi oraz poznańskiego Traktu Królewsko-Cesarskiego) pokazują, że takie obiekty są już teraz chętnie odwiedzane przez rodziny z młodszymi dziećmi. Lista specjalnych propozycji

może być długa i obejmuje m.in. kącki do gier tematycznych, specjalne wystawy lub strefy wystaw dla dzieci, a nawet całe tematyczne parki zabaw dla nich [WE-20], dziecięce / rodzinne trasy zwiedzania w tzw. „lekkiej wersji” [WE-7], opracowane z myślą o dzieciach wersje audio - przewodników po wystawach (skrótowa, często zmodyfikowana treść utrzymana w prostym języku, za to urozmaicona ciekawostkami i legendami), oferty zwiedzania w strojach historycznych, pokazy dla dzieci, zabawy i gry terenowe, quizy, warsztaty interaktywne, szereg innych propozycji). Wiele z nich nie wymaga znacznych nakładów finansowych, co powoduje, że są do zrealizowania w praktycznie każdym obiekcie, a jedynym poważnym wyzwaniem może być ich skuteczna promocja, którą jednak może z pomocą swoich kanałów dystrybucji wspierać koordynator szlaku.

4.1.3. Kanały szlaku

Szlak Piastowski jest produktem o dużej liczbie obiektów, przestrzennie rozległym, ponadto posiada bardzo szeroki profil tematyczny, obejmujący znaczny fragment najstarszej historii Polski, charakteryzujący się wielością i różnorodnością możliwych do eksploatacji aspektów. Tworzy to szereg atutów, których realizacja jako zróżnicowanej (i przez to atrakcyjnej) propozycji edukacyjnej, może stanowić odpowiedź na rozwarstwiające się zainteresowania turystów kulturowych potrzeby poszukujących coraz bardziej oryginalnych propozycji touroperatorów. Z drugiej strony obecność rosnącej grupy turystów indywidualnych, którzy ceniąc sobie niezależność poruszają się w przestrzeni szlaku samotnie lub w grupach rodzinnych bez z góry ustalonego programu i często spontanicznie podejmują decyzje o zwiedzaniu obiektów, uczestnictwie w imprezach i wykorzystaniu usług, rodzi konieczność sprostania ich oczekiwaniom. Właśnie propozycje organizacji ofert wychodzących naprzeciw potrzebom i preferencjom zwolenników zarówno zwiedzania tematycznego, jak i wspomnianej „turystycznej wolności” określono tu jako tytułowe „kanały” (usług). Ich dwie zasadnicze formy: pakiety turystyczne szlaku oraz wiązkę monotematycznych tras przekrojowych, opisano poniżej, ze wskazaniem przykładowych, częściowo już opracowanych propozycji.

4.1.3.1. Pakiety indywidualne i grupowe.

Nikły poziom wykorzystania usług złożonych przez turystów (rozdz. 3.1.7.; 3.2.6) ma związek z faktem stwierdzonym w trakcie badań audytowych (2.4.1.3.) że ani koordynator szlaku (działający w roli touroperatora), ani znakomita większość podmiotów lokalnych (touroperatorów, hoteli, punktów informacji turystycznej itd.) nie proponuje kompleksowych ofert dla turystów indywidualnych i małych grup rodzinnych. Tę lukę w ofercie lokalnej należy uznać za zubożenie usługowej oferty szlaku

i przeszkodę w osiągnięciu dobrego poziomu organizacji. Osłabia to konkurencyjność szlaku w stosunku do pozostałych systemów zorganizowanej eksploatacji turystycznej (jak dotąd w skali europejskiej, gdyż niemal wszystkie polskie szlaki są w podobnej sytuacji). Taka luka w ofercie ma także bezpośrednie skutki ekonomiczne, jest ona bowiem równoznaczna z rezygnacją z możliwości generowania zysków poprzez tworzenie i dystrybucję produktów złożonych dla stale rosnącej grupy odbiorców. co przekłada się wprost na obniżenie potencjalnego zysku z turystyki na danym obszarze.

W teorii turystyki termin pakiet odnosi się do (ujmując to najkrócej) powtarzalnej oferty składającej się z dwóch lub więcej składników, oferowanych po łącznej cenie. W praktyce turystyki kulturowej rozróżniane są pakiety tematyczne, lokalne (ogólne i tematyczne), jednoźródłowe (pseudo-pakiety) i okolicznościowe. W ostatnim czasie, w obliczu trendu do indywidualizacji wypraw turystycznych szczególnie ważne z punktu widzenia destynacji turystycznych okazują się pakiety indywidualne, przygotowywane i oferowane małym grupom realizującym prywatne podróże z pominięciem touroperatorów lub nawet pojedynczym osobom⁹⁰. W przypadku Szlaku Piastowskiego stworzenie pakietów tematycznych stanowi formę wyjścia naprzeciw zarówno touroperatorom, jak i indywidualnym turystom. Dla tych pierwszych gotowy pakiet, który mogą zakupić dla całej grupy wycieczkowej oznacza redukcję czasu przeznaczanego na planowanie programu wycieczki z jednoczesną gwarancją przeemyślanego modułu programu i dostępności i dobrej jakości wszystkich usług wchodzących w skład pakietu, popartą marką (opinią) oferenta pakietu, którym może być koordynator szlaku lub współpracujące z nim jedno z lokalnych biur podróży. Z kolei dla turystów indywidualnych pakiet stanowi nie tylko taką samą oszczędność czasu, którego nie muszą zużyć na poszukiwanie i rezerwację jego składników, ale także - jeśli zawiera możliwość wyboru opcjonalnych modułów z pomocą na przykład internetowego formularza interaktywnego – pozwala im skomponować samodzielnie produkt odpowiadający ich zainteresowaniom i preferencjom. Dodatkowo pakiet zazwyczaj jest tak złożony, że jest tańszy dla nabywcy niż jego składniki zakupione odrębnie.

Pakiety mogą stać się indywidualnie udostępnianymi „ramami” czy też kanałami zwiedzania szlaku. Pożądaną wersją **indywidualnego pakietu szlaku** byłby przykładowo taki, w którym klient w wersji podstawowej rezerwowałby (nabywał) jedynie kilka kolejnych noclegów w interesujących go miejscowościach szlaku, jednak dodatkowo na czas swojej parodniowej wyprawy mógłby zarezerwować rower, który odebrałby w jednym miejscu, a zwrócił w drugim, zakupić kupon rabatowy, upraw-

⁹⁰ Szerzej na temat pakietów indywidualnych w turystyce kulturowej, ich modeli, typów i zastosowania: [Artyshuk, 2010, s. 4-24].

niający do ulgowego wstępu do wybranych muzeów lub ich określonej liczby (np. 5), wynająć przewodnika w jednej, konkretnej miejscowości na konkretny dzień i godzinę i tak dalej. Taki pakiet pozostawia turystę nadal duży zakres samodzielności, jednocześnie gwarantując mu podstawowe usługi, które są niezbędne dla prawidłowej realizacji jego indywidualnego wyjazdu, tworząc tym samym jego ramy i wyznaczając główne punkty. Oferty pakietów szlaku mogłyby uwzględniać jego obie rekomendowane trasy, przy czym klient sam wybierałby miejsca noclegów i inne usługi. Z kolei **indywidualny pakiet eventowy** mógłby „organizować”, a w każdym razie zapewniać turystę udział w imprezach organizowanych w przestrzeni szlaku w ciągu jednego tygodnia, długiego weekendu lub w trakcie trwania „święta szlaku”, oferując np. noclegi w kolejnych miejscowościach i bilet wstępu na te imprezy, o ile te byłyby płatne, a w miarę możliwości także usługi transferu z jednej miejscowości do drugiej lub na przykład wynajem samochodu. Potrzebę tworzenia pakietów zauważyli także niektórzy zapytani eksperci [WE-13; 29].

Przykładem **pakietu grupowego szlaku** może być gotowy program dla trzydniowej wycieczki po szlaku dla 20, 30 czy 40 osób, obejmującej przejazd autokarem turystycznym, zwiedzanie np. 5 miejscowości (a w nich 8-10 obiektów, w tym zabytków i muzeów lub wystaw plenerowych), usługę pilota-przewodnika po Szlaku Piastowskim, dwa noclegi w hotelach (np. kategorii 2**), dwa obiady i dwie kolacje, w tym jedną tematyczną oraz udział w jednym mikroevencie, organizowanym specjalnie dla grupy. Niechby to była np. wycieczka z Poznania, przez Ostrów Lednicki, Gnieźno i Strzelno do Kruszwicy, obejmująca zwiedzanie Ostrowa Tumskiego, ICHOT-u oraz Zamku Królewskiego w Poznaniu, Wyspy Lednickiej z wystawą muzealną, archikatedry gnieźnieńskiej i Muzeum PPP w Gnieźnie, kościołów romańskich w Strzelnie oraz Mysiej Wieży, przy czym w tym ostatnim miejscu w cenie pakietu byłaby inscenizacja legendy o Popielu i Piaście. Gwarantowane noclegi w Poznaniu i Gnieźnie lub w miejscu najbliższym Kruszwicy (np. Inowrocław), wynajem autokaru i towarzystwo przewodnika, a także wstępy do obiektów i posiłki w Poznaniu, Lednogórze, Gnieźnie i Kruszwicy zabezpieczyłyby niezbędne usługi. Tym samym touroperator potrzebowałby tylko umieścić gotową wycieczkę w katalogu, zebrać grupę i przywieźć ją do miejsca startu wycieczki oraz odwieźć z powrotem do miejsca zamieszkania turystów. Podobne do opisanego pod względem struktury „półprodukty” turystyczne są dość powszechnie spotykane choćby w ofercie koordynatorów lub lokalnych biur podróży w przestrzeni niemieckich szlaków kulturowych [Mikos v. Rohrscheidt 2011, s. 62-63]. Ofertę pakietów szlaku powinny uzupełniać pakiety lokalne, omówione w innym miejscu niniejszego opracowania.

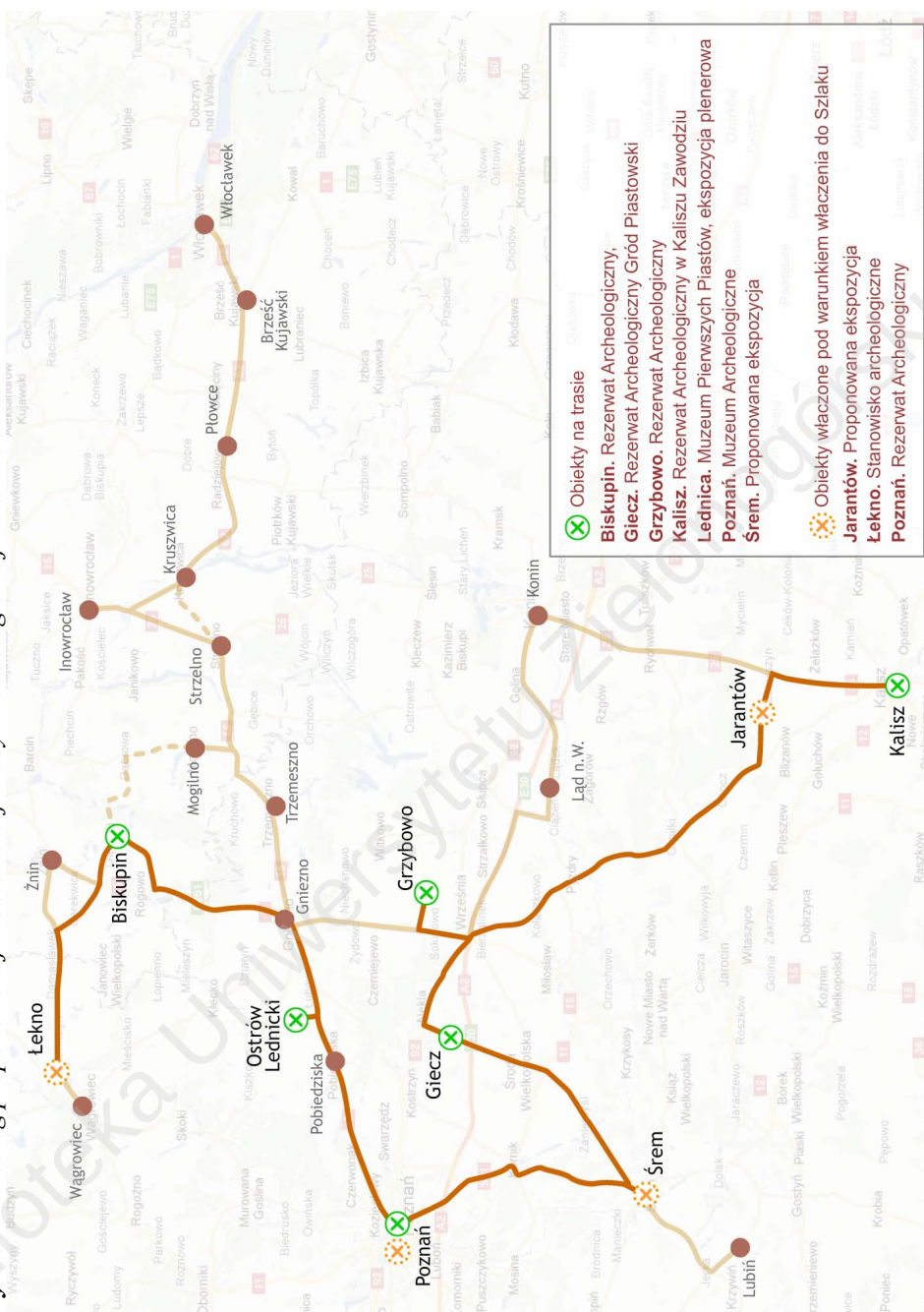
4.1.3.2. Oferty tras przekrojowych.

Wyniki badań turystów na szlaku wskazują, że w przypadku omawianego systemu nie występuje aktualnie znaczne ryzyko oddolnego „rozsadzenia” oferty szlaku przez jej konsumentów, wybierających tylko niektóre obiekty i pomijających inne. Jednak relatywnie wysoki odsetek osób deklarujących zainteresowanie konkretnym obiektem (por. rozdz. 3.1.2.) przy jednoczesnej dużej ilości obiektów szlaku i rzadkich tylko sytuacjach zwiedzania ich wszystkich przez badanych turystów (3.1.1.) oraz istnienie wielkiej grupy osób, realizujących prymarnie wycieczki do pojedynczych obiektów traktowanych jako odrębne atrakcje bez wiązania tych wizyt z tematyką szlaku (57,7% turystów zwiedzających poszczególne obiekty - 3.2.2. oraz 60,3 % odwiedzających je osób z okolicy - 3.3.2.) potwierdza fakt rosnącej koncentracji turystów na niektórych typach obiektów. Dla koordynatorów szlaku oznacza to, że pożądane jest opracowanie „warstw” szlaku, koncentrujących się na niektórych typach obiektów, wraz z ich kompletną ofertą (w tym eventami i mikroeventami) a następnie przedkładanie ich jako odrębnych propozycji zwiedzania szlaku z określonym tematem wiodącym. Powinien temu towarzyszyć przemyślany program promocji szlaku nie tylko jako zespołu obiektów mających związek z konkretną epoką historyczną i posiadających unikalne walory, ale jednocześnie jako miejsc posiadających podobne profile i jako takie mogących być celami interesujących wycieczek tematycznych.

Między innymi w tym celu w ramach badania ustalono bardziej szczegółowo zainteresowania turystów (3.1.3.). Na tej podstawie można opracować dla nich kilka ofert o węższej tematyce (w postaci tras wirtualnych, książkowych przewodników, propozycji wycieczek grupowych, indywidualnych pakietów tematycznych), eksponujących te typy obiektów lub te tematy, które szczególnie interesują znaczniejszy ich ułamek, a następnie włączyć je do ogólnej oferty szlaku dystrybuowanej w jego obiektach, przez koordynatora, współpracujących z nim oferentów oraz przez inne zainteresowane podmioty.

Przykładem takiego kanału w ramach szlaku jest mogłaby być **piastowska trasa archeologiczna**, łącząca zagospodarowane turystycznie i posiadające ciekawą ofertę edukacyjną miejsca ważnych odkryć archeologicznych. Na trasie takiej wycieczki znalazłyby się (liniowo): Biskupin - Ostrów Lednicki - Poznań (tu Rezerwat, Muzeum Archeologiczne i – w niedługim czasie także odkryte na stałe - relikty palatium) – Giecz – Grzybowo oraz Kalisz. W przypadku otwarcia wystawy i utrzymania na szlaku na tej trasie powinno znaleźć się także Łekno, pod warunkiem stworzenia trasy obiektowej na terenie tamtejszych wykopalisk. Dodatkowo do trasy można będzie włączyć te obiekty na terenie Wielkopolski, które – o ile zrealizowano by

Ryc. 34. Przebieg proponowanej Trasy Archeologicznej w ramach SP.



Źródło: opracowanie własne

postulaty poprawy zwartości szlaku - zostałyby wykreowane w Śremie i w Jarantowie (por. 4.2.1). Tym samym miłośnicy archeologii zyskają najdłuższy w Polsce gotowy program wycieczek, na który złożą się stacje z dobrze opracowanymi i przygotowanymi do zwiedzania ekspozycjami. Przygotowanie ofert dla takiej trasy po-

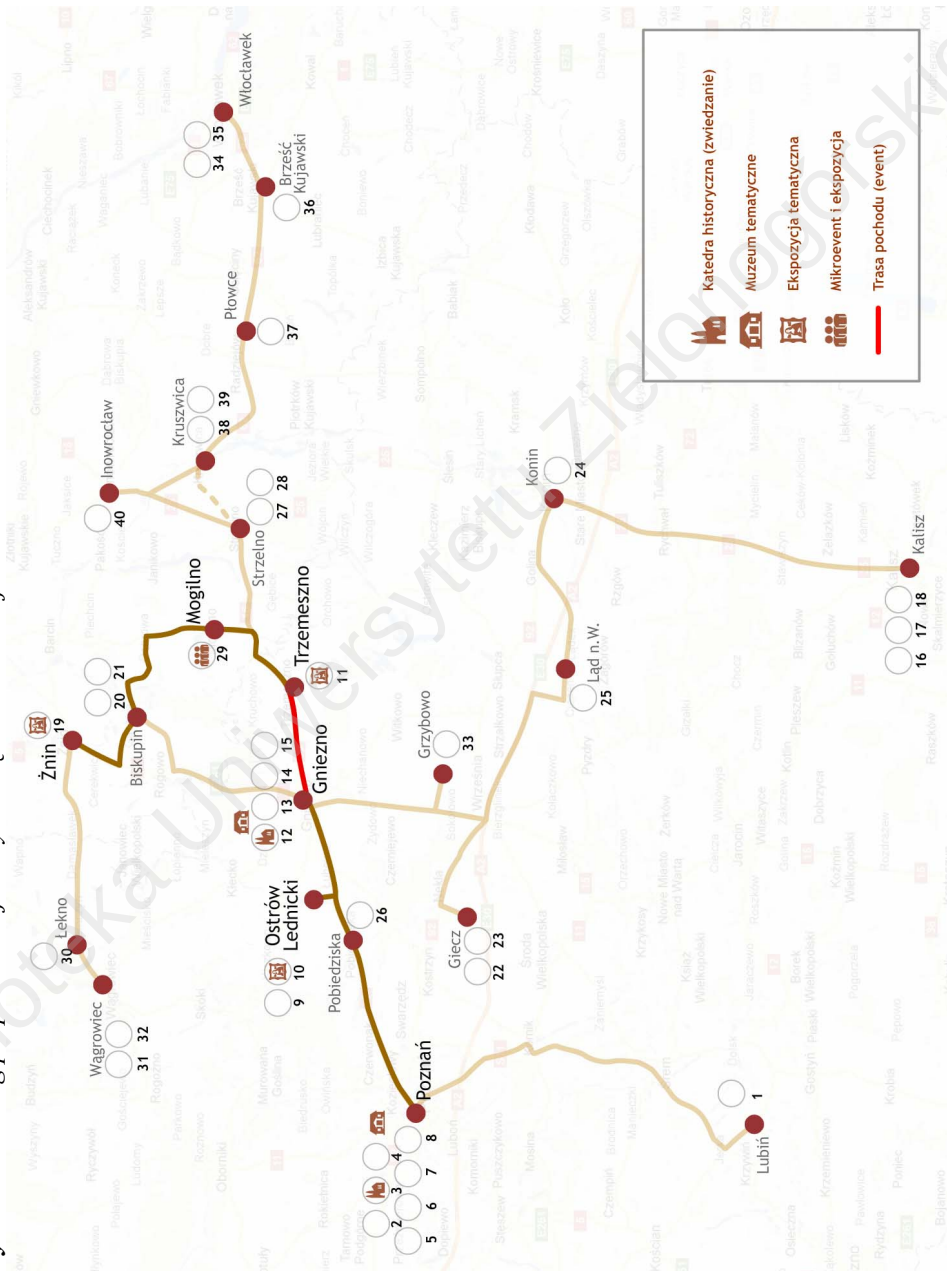
winno być jednym z zadań koordynatora szlaku, a ich realizacji na podstawie zamówienia mogliby podjąć się współpracujący z nim touroperatorzy. Pomysł trasy archeologicznej - niezależnie od koncepcji opisanej przez autora dla Ostrowa Tumskiego w Poznaniu - wyartykułował jeden z zapytanych ekspertów [WE-18], nie wskazując jednak potencjalnych ogniw takiej trasy prócz własnego obiektu (Giecz). Przykładowy proponowany przebieg trasy archeologicznej w ramach Szlaku Piastowskiego ukazuje schematycznie **Rycina 34**.

Z kolei w dziedzinie kulturowej turystyki religijnej podobnie bogate możliwości tkwią w turystycznym zagospodarowaniu różnorodnych obiektów o charakterze sakralnym lub związanych z dziejami i organizacją Kościoła. Do oferty **Trasy Początków Chrześcijaństwa w Polsce**, obok jednej lub obydwu archikatedr z relikiami pierwotnych budowli (w tym z basenem chrzcielnym w Poznaniu i konfesją Św. Wojciecha oraz Drzwiami Gnieźnieńskimi) obydwu muzeów diecezjalnych (w Poznaniu i Gnieźnie) i kilku spośród najstarszych zachowanych świątyń (np. w Strzelnie, Gieczu, Lubiniu) powinna wejść (koniecznie!) również wystawa najcenniejszych zbiorów Archiwum Archidiecezjalnego w Gnieźnie, w formie choćby faksymile oraz elektronicznych kopii w ramach ekspozycji multimedialnej. Dodatkowo trasa mogłaby być uzupełniona wspomnianą wyżej ekspozycją wątku bulli gnieźnieńskiej w Żninie. Ponieważ wśród obiektów Szlaku znajduje się kilka historycznych klasztorów (por. poniżej), w jednym z nich można by umieścić ekspozycje z mikroeventami i inną ofertą turystyczną (w tym nawet tematyczne programy pobytowe, obejmujące np. weekend), koncentrującą się na życiu monastycznym epoki wczesnośredniowiecznej i roli wspólnot zakonnych w tworzeniu oraz umacnianiu chrześcijańskiego charakteru kultury polskiej. Wątek początków chrześcijaństwa mógłby także znaleźć swoją doroczną kulminację (i silną dźwignię promocyjną) w jednym z eventów religijnych (np. odpust Św. Wojciecha w Gnieźnie) lub w rekonstrukcji historycznej o tej samej tematyce, np. odtworzeniu w charakterze pochodu translacji relikwii Świętego z Trzemeszna do Gniezna. Proponowany przebieg tej trasy prezentuje **Rycina 35**.

Trasa „Monastyczna”. Dodatkowo wątek „klasztorny” mógłby posłużyć jako temat wiodący dla odrębnej trasy o charakterze edukacyjnym. Koncentrowałaby się ona na szeroko pojętej tematyce życia monastycznego, obejmującej elementy duchowości, ale i aktywności gospodarczej wspólnot zakonnych oraz ich wkładu w tworzenie kultury w jej niematerialnym wymiarze, ale i materialnych świadectwach, a obejmowałaby rolę i wkład szeregu zasłużonych w dziejach Polski zakonów, w tym benedyktynów (Mogilno; Lubiąż – klasztor czynny!), cystersów (Łąd, Wągrowiec), kanoników regularnych (Trzemeszno), norbertanek (Strzelno – jedyny żeński klasztor na

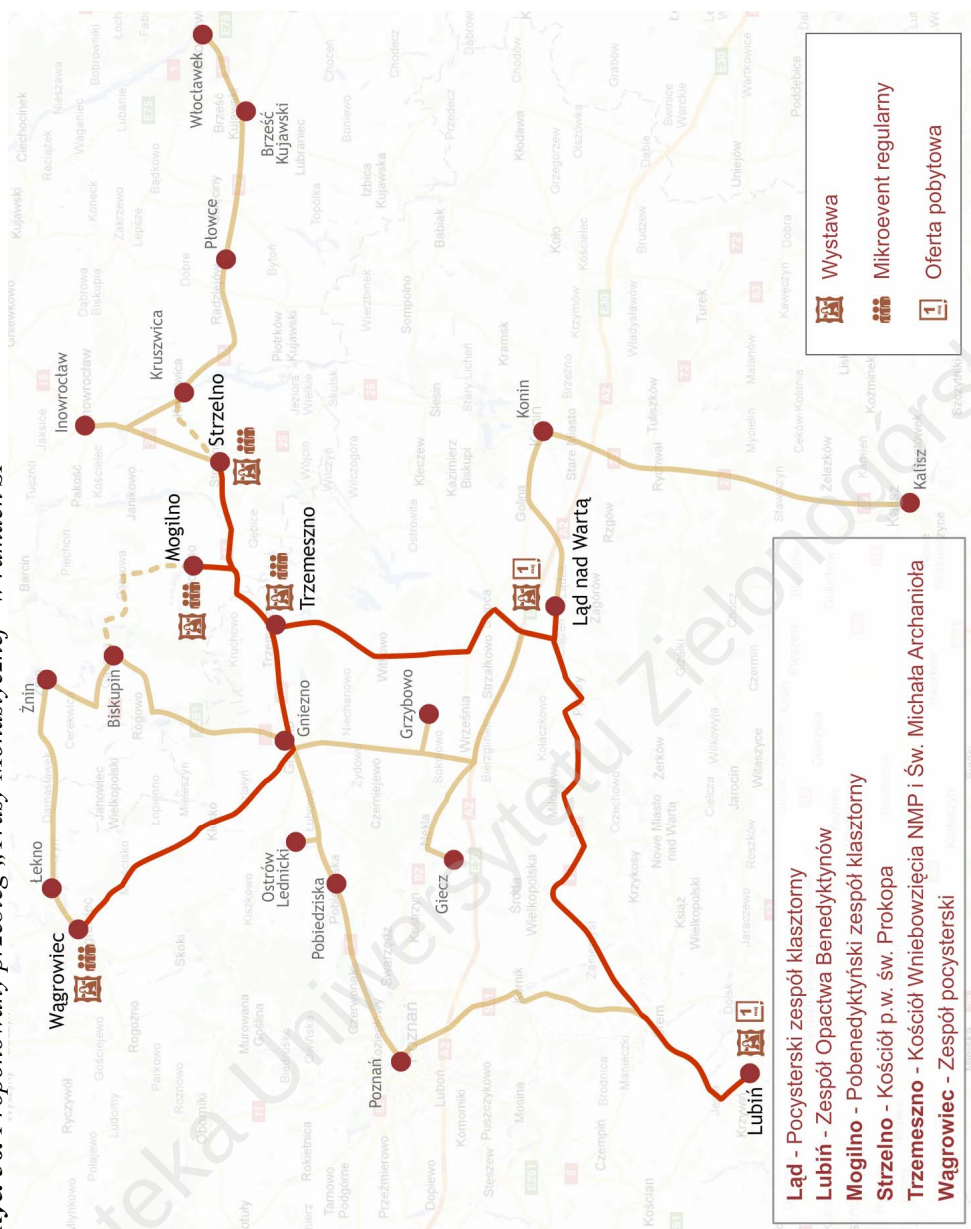
Ryc. 35. Przebieg proponowanej Trasy Początków Chrześcijaństwa w Polsce

Obiekty Szlaku Piastowskiego.
 1. Lubiąż, 2. Poznań - kł. Św. Jana Jer., 3. Poznań - Archikatedra, 4. Poznań - Muzeum Archeol., 5. Poznań - Zamek Król., 6. Poznań - Makiejów, 7. Poznań - ICHOT, 8. Poznań, Trakt Król-Cesarski, 9. Lednica - Muzeum, 10. Lednica - Wyspa, 11. Trzemeszno, 12. Gniezno - Archikatedra, 13. Gniezno - Muzeum Archeol., 14. Gniezno - kł franciszkański, 15. Gniezno - Muzeum PPP, 16. Kalisz - Muzeum Okręgowe, 17. Kalisz - Katedra, 18. Kalisz - Rez. Archeol., 19. Żnin, 20. Biskupin - Rez. Archeol., 21. Biskupin - Muzeum Archeol., 22. Giecz - Rez. Archeol., 23. Giecz - kościół, 24. Konin, 25. Łąka, 26. Pobiedziska - Skansen Miniatur, 27. Strzelno - kł. św. Trójcy, 28. Strzelno - kł. św. Prokopa, 29. Mogilno, 30. Łekno, 31. Wągrowiec - Muzeum Regionalne, 32. Wągrowiec - d. klasztor, 33. Grzybowo, 34. Włocławek - Katedra, 35. Włocławek - Muzeum HW, 36. Brześć Kuj., 37. Płocze, 38. Kruszwica - Mysia Wieża, 39. Kruszwica - kolegiata, 40. Inowrocław.



Źródło: opracowanie własne

Ryc. 36. Proponowany przebieg „Trasy Monastycznej” w ramach SP



Źródło: opracowanie własne

tej liście, z atutem unikalności - i to nie tylko w skali szlaku). W wypadku tej trasy szczególnie istotne byłyby rozmaite propozycje pobytu tematycznego. W funkcjonującym klasztorze w Lubiniu mogłyby one przybrać postać oferty pobytu typu indywidualnych rekolekcji obejmujących branie udziału w niektórych elementach życia wspólnoty zakonnej (np. modlitwy liturgicznej, wybranych posiłkach), w innym miejscu – warsztatów np. kaligrafii z wykorzystaniem technik oraz tekstów autentycznych ksiąg używanych w średniowieczu, w jeszcze innym - warsztatów

np. tradycyjnej medycyny alternatywnej, w tym zielarstwa, uprawianego w licznych klasztorach. W pozostałych dawnych klasztorach, w miarę posiadanych możliwości (kadra lub współpracujące grupy odtwórców żywej historii) uzupełnieniem zwiedzania obiektu i wystawy mogłyby stać się regularnie organizowane (np. w weekendy sezonu turystycznego lub w okresach świątecznych) albo oferowane przynajmniej na zamówienie grup mikroeventy tematyczne (np. obłóczyny mnicha, krótsze warsztaty np. śpiewu gregoriańskiego i inne). Trasa mogłaby zyskać znaczne powodzenie, już choćby z tytułu swojej unikalności w skali kraju, jednak warunkiem jest podjęcie skoordynowanych działań zmierzających do stworzenia nowoczesnych wystaw tematycznych w poszczególnych obiektach (po) klasztornych, przy założeniu zróżnicowania tematyki wystaw oraz użytych technik ekspozycji, typów usług oraz ofert pobytowych w stosunku do siebie. To zapewniłoby całościowy efekt edukacyjny a jednocześnie pozwoliłoby uniknąć efektu znużenia odwiedzających przez powtarzanie tych samych informacji i sposobów zagospodarowania ich czasu podczas wizyty w obiektach. Proponowany przebieg trasy ukazuje **Rycina 36**.

Wśród innych potencjalnych kanałów tego rodzaju można by wymienić trasy biograficzne: *Pierwszych Piastów* (Poznań, Lednica, Gniezno), *Piastów Wielkopolskich* (Kalisz, Łąd, Lubin, Poznań, Gniezno) czy *Ostatnich Polskich Piastów* (Brześć, Płowce, Kruszwica, a może także Kowal i Radziejów – te ostatnie z opcją późniejszego włączenia do Szlaku Piastowskiego).

4.1.3.3. Trasy alternatywne.

Współczesna turystyka kulturowa jest uprawiana przez rosnącą grupę ludzi aktywnych, którzy wybierają na miejsca swoich wakacji i urlopów takie obszary, gdzie będą mogli połączyć pasję odkrywania nieznanego sobie historii danej kultury lub spotkania z jej dziedzictwem z czynnym wypoczynkiem, skutkującym poprawą kondycji fizycznej. Wprowadzenie takich tras na szlaku oznacza nie tylko pożądane rozszerzenie jego oferty w stosunku do dodatkowej grupy turystów, której preferencje i oczekiwania nadal są w Polsce lekceważone, ale może także przynieść szansę dostrzeżenia oferty szlaku przez bardzo liczną grupę aktywnych turystów z zagranicy, którzy jak dotąd widzą dla siebie bardzo niewiele interesujących propozycji w Polsce [Mikos v. Rohrscheidt 2010, s. 360]. Brak tras alternatywnych poza Piastowskim Traktem Rowerowym i krótkimi odcinkami lokalnymi na Pałukach zauważają niektórzy zapytani eksperci, postulując utworzenie takich ciągów [WE-24; SCZ]. W kontekście zarysowanych potrzeb z jednej strony i daleko niezadowolającego stanu z drugiej, pilnie pożądane jest stworzenie sieci alternatywnych tras rowerowych, odniesionych wyraźnie do Szlaku Piastowskiego: łączących jego obiekty i umożliwiających ich zwiedzanie według jakiejś koncepcji programowej oraz

w połączeniu z czynnym wypoczynkiem. Trasy te powinny być oznaczone fizycznie (wzdłuż przebiegu) i systemowo (w elektronicznych systemach nawigacji), posiadać swoje mapy, zamieszczane w materiałach szlaku i na jego stronach internetowych. Specjalnie dla nich powinny zostać opracowane przewodniki, poza opisem obiektów i innych atrakcji i usług zawierające także informacje przydatne rowerzystom. Ponadto poszczególne obiekty, które ich nie posiadają, powinny zostać jak najprędzej wyposażone w miejsca dla bezpiecznego odstawienia rowerów. Jednak rozwiniętym produktem dla aktywnych turystów szlak stanie się dopiero wtedy, gdy w jego przestrzeni przynajmniej w kilku (6-7) strategicznych punktach pojawią się wypożyczalnie rowerów współpracujące ze sobą na tyle ściśle, by można było odebrać (zarezerwowany) rower w jednym miejscu, a oddać go w innym punkcie szlaku. Wydaje się, że dobrą lokalizacją dla pierwszych takich punktów byłyby Gniezno, Poznań, Kruszwica, Włocławek, Żnin, Strzelno oraz Wągrowiec lub położone w ich pobliżu mniejsze miejscowości z obiektami szlaku (które dzięki temu mogłyby pozyskać dodatkowych turystów). Z czasem taką sieć można rozwijać dalej we wszystkich kierunkach, aż obejmie ona wszystkie lub niemal wszystkie miejscowości z obiektami szlaku.

Na poszczególnych odcinkach pomiędzy obiektami nieodległymi wzajemnie od siebie, lecz nie leżącymi w jednej miejscowości, można (o ile to możliwe w danym środowisku przyrodniczym) wyznaczyć także trasy piesze prowadzące przez okolice o szczególnych walorach krajobrazowych lub na terenach z dużym nagromadzeniem atrakcji antropogenicznych. Takie trasy ekologiczne mogłyby również zostać stopniowo wyposażone w miejsca odpoczynku z najprostszym zapleczem sanitarnym, a w punktach początkowych i końcowych także w punkty wypożyczania ekwipunku (np. kijków do nordic walkingu) i/lub niedrogiej gastronomii. Dobrymi miejscami do rozpoczęcia takich projektów wydają się: przestrzeń wokół obiektów w Biskupinie i Żninie (głównie na terenie gminy Gąsawa) oraz Lednicki Park Krajobrazowy wraz z obiektami w Dziekanowicach (WPE), Imiołkach, Moraczewie czy Łubowie, ale także: obszar wokół Radziejowa z głównym punktem w Płowcach, częściowo już zagospodarowany w ten sposób teren gminy Krzywiń wokół Lubinia (z Cichowem i Bieżynem), tereny wokół Wągrowca i Łekna (z Tarnowem Pałuckim) oraz najbliższe okolice Łądu nad Wartą.

4.1.3.4. Lokalna oferta grup animacji historii i rekonstrukcji historycznej.

Jak wykazała inwentaryzacja obiektów i przestrzeni szlaku (rozdz. 2.4.4.) oraz odrębne badanie [Mikos v. Rohrscheidt 2012c], takich grup jest sporo, jednak ich aktywność jest w niewielkim stopniu wykorzystywana na potrzeby szlaku. Ponadto oferta samych grup jest nie do końca zbieżna z profilem systemu, co osłabia popyt na

ich ofertę i tym samym ich szanse na uzyskanie komercyjnego wymiaru swojej aktywności. Pytani eksperci dostrzegają potencjał tych środowisk i apelują o ich integrację w struktury szlaku [WE-30]. W odniesieniu do tej sfery życia szlaku postulaty można zestawiać w trzech grupach, odnosząc je do 1) samych grup, 2) obiektów szlaku, wreszcie do 3) podmiotu koordynującego system.

1. Działające przestrzeni Szlaku Piastowskiego grupy odtwórcze, powinny dążyć do poszerzenia swojej oferty dla turystów o aspekty inne niż tylko militarne. Dzięki temu staną się atrakcyjniejszymi partnerami dla tych obiektów stanowiących większość, które posiadają inne profile. Może to dokonać się przez powołanie sekcji grup specjalizujących się w określonych aspektach odtwórstwa. Ze strony liderów grup odtwórczych należałoby oczekiwać większej aktywności w zakresie nawiązywania kontaktów z potencjalnymi partnerami, w tym w szczególności z administratorami i opiekunami obiektów Szlaku Piastowskiego (zwłaszcza muzeów i obiektów wykreowanych dla potrzeb turystyki) oraz z koordynatorem szlaku i organizatorami eventów tematycznych w jego przestrzeni. Oni to powinni (na przykład w ramach bezpłatnych pokazów) zostać przekonani o poziomie realizacji odtwórstwa i merytorycznej jakości scenariuszy pokazów, a także zaopatrzeni w listę aktualnych usług danej grupy oraz skuteczne kanały kontaktu z jej przedstawicielami.

2. W ramach postulowanego wyżej tworzenia kalendarza imprez szlaku oraz kreowania serii imprez tematycznych składających się na „Święto Szlaku” komórka zarządcza (koordynator) będzie musiała poszukać odpowiednich partnerów, zdolnych zrealizować atrakcyjny program poszczególnych imprez. Musi zatem bliżej rozpoznać potencjał grup odtwórczych, corocznie aktualizować posiadane dane na temat ich aktualnych ofert i możliwości realizacji i zapraszać je do współudziału na wspólnie uzgodnionych warunkach. Koordynator szlaku – w swojej roli organizatora wypraw w jego przestrzeni – jest też odpowiednim pośrednikiem między środowiskiem reenactorów czy konkretnymi grupami a klientami (touroperatorami, organizacjami itd.) korzystającymi z jego usług dla tworzenia programu i realizacji konkretnych wypraw. To koordynator, posiadający orientację w potencjale grup i ich ofercie oraz doświadczenie organizacyjne, może proponować usługi grup w poszczególnych miejscach na życzenie kontrahenta lub/i integrować je w przygotowywany program.

3. Wsparcie grup przez obiekty szlaku, na przykład w postaci formalnej afiliacji albo przynajmniej porozumienia zakładającego m.in. przydzielenie im pomieszczeń na spotkania i przechowywanie sprzętów, wydaje się najlepszą formą pozyskania reenactorów do stabilnej i obopólnie korzystnej współpracy. Ze swej strony grupy mogą – na podstawie tego samego porozumienia – zagwarantować swój udział w przygotowaniu i przeprowadzeniu dorocznego (głównego) eventu tematycznego, ale tak-

że wnieść (odpłatne) urozmaicenie codziennej oferty obiektu na przykład w postaci realizowanych przez ich członków mikroeventów (inscenizacji, gier terenowych, warsztatów) umieszczonych w stałej ofercie obiektu i proponowanych grupom turystycznym, a realizowanych po uprzednim telefonicznym zamówieniu. W miarę potrzeb obiektu i możliwości grupy, jej członkowie mogliby także częściowo przejąć oprowadzanie turystów, szczególnie wtedy, jeśli realizowane jest w formach wymagających udziału większej liczby osób, np. z odgrywaniem bardziej rozbudowanych scenariuszy lub z użyciem strojów historycznych. Jak wykazało wspomniane badanie, ściślejsza współpraca między grupami a niektórymi obiektami szlaku, potwierdzona formalnymi umowami, funkcjonuje już aktualnie w przypadku Muzeum Archeologicznego w Poznaniu, Muzeum Okręgowego w Kaliszu (a dokładniej jego oddziału, Rezerwatu Archeologicznego na Zawodziu) oraz Muzeum Pierwszych Piastów na Lednicy jego oddziałem w Grzybowie [Mikos v. Rohrscheidt 2012c, s. 269n]. Jest to jednak zdecydowanie za mało – ich wzorem powinna ona zostać nawiązana wszędzie tam, gdzie grupy już istnieją (w pierwszym rzędzie w innych obiektach w Poznaniu, w Gnieźnie, Wągrowcu i Inowrocławiu - Kruszwicy), a także w miejscach, gdzie oferta tego rodzaju najlepiej wpisuje się w profil obiektu (Biskupin, Giecz, Pobiedziska, Płowce). Zachęta do zakładania nowych grup i wsparcie na miarę możliwości powinny tam wyjść ze strony samego obiektu.

W obiektach, gdzie funkcjonują atrakcyjne moduły interaktywne i tam wszędzie, gdzie będą one tworzone w oparciu o historyczne lub zrekonstruowane miejsca i przestrzenie, istnieje kolejne pole dla poszerzenia i zróżnicowania oferty turystycznej w oparciu umiędzynarodowienie i aktywność odwiedzających. Zwiedzanie takich wystaw w większych muzeach, rezerwach archeologicznych czy obiektach poklasztornych może być realizowane z udziałem współpracujących (grup) reenactorów. Nie pociąganie to za sobą kosztów dla samego obiektu, a może nawet wiązać się z dodatkowym zyskiem, ponieważ umieszczone w ofercie scenariusze odgrywano by odpłatnie dla zamawiających je zorganizowanych grup turystów.

Jeśli grupy działające w pobliżu obiektu Szlaku są silnie skoncentrowane na jednym typie odwiedzających (jak na przykład bractwa rycerskie lub zespoły „wojów”) i nie zdecydowały się na jego uzupełnienie, zarządcy obiektu powinni poszukać innych grup lub nawet – jeżeli ze względu na rozbudowę oferty obiektu potrzeba działania grupy jest pilna – sami inicjować ich powstanie w ramach swojej aktywności zarządczej, określając ich profil w zbieżności z potrzebami obiektu, wspomóc merytorycznie w przygotowaniu scenariuszy i automatycznie afiliować je przy obiekcie, zapewniając wsparcie, ale i wyraźnie artykułując wymagania.

4.1.4. Silniki szlaku

Do tej grupy zaliczono rozmaite projekty ukierunkowane na intensyfikację ruchu turystów indywidualnych w przestrzeni szlaku. Tego rodzaju programy oddziałują poprzez bezpośredni bodziec (zachętę) w postaci zagwarantowania uczestnikowi projektu pozyskania konkretnej wiedzy, określonej satysfakcji lub korzyści materialnej, połączony z jakąś formą aktywności, jednak nie wymuszają jego udziału w zorganizowanych wycieczkach. Spośród różnorodnych sprawdzonych projektów turystycznych wybrano cztery uznane za najlepiej przystające do profilu i potrzeb szlaku albo wprost zaproponowane przez zapytanych ekspertów.

4.1.4.1. Projekt zwiedzania Szlaku Piastowskiego.

Projekty paszportów turystycznych są dobrze znanymi sposobami na aktywizację turystyki w licznych miastach Europy oraz na niewielkich obszarach z dużą koncentracją atrakcji. Ich atut polega na wykorzystaniu powszechnej pasji zbierackiej oraz skłonności do rywalizacji oraz jednoczesnym wyzwoleniu efektu synergii przez współpracę i wzajemną promocję wielu obiektów. Pierwszym takim projektem zrealizowanym z sukcesem w Polsce (a dokładniej właśnie w Wielkopolsce) był wprowadzony przez poznańskie Biuro KulTour.pl w roku 2006 „Paszport Wielkopolanina”. Ponieważ relacje z obiektów uczestniczących w projekcie były obiecujące (szczególnie z tych mniej znanych, których administratorzy dostrzegli zauważalny wzrost liczby odwiedzających w skali kolejnych sezonów) warto skopiować ten sprawdzony projekt dla potrzeb Szlaku Piastowskiego. Polega on na wykonaniu książeczki o formie paszportu, z możliwością wklejenia przez posiadacza własnego zdjęcia na pierwszej stronie. Książeczka jest jednocześnie 1) mini-przewodnikiem regionalnym (zawiera zdjęcia i krótkie opisy 27 atrakcji turystyczno-kulturowych na terenie całej Wielkopolski i mapkę regionu z ich lokalizacją), 2) kolekcjonerską listą potwierdzeń pobytów turystycznych (zawiera na każdej stronie miejsce na pieczętki obiektów), 3) narzędziem niewielkiego systemu rabatowego (obejmującego zniżki na książki o tematyce turystycznej, ekwipunek turystyczny, usługi przewodnickie wydawcy, usługi fotograficzne oraz usługi gastronomiczne w paru punktach), wreszcie 4) jej wypełnienie (możliwe przez odwiedziny we wszystkich 27 obiektach) uprawnia do udziału w internetowym konkursie o tytuł i dyplom Świadomego Wielkopolanina, polegającym na wykazaniu się wiedzą o zwiedzonych obiektach, ich atrakcjach i ekspozycjach oraz o dziejach i dziedzictwie kulturowym Wielkopolski. Osiągając określony pułap punktów w konkursie można wylosować także symboliczne nagrody.

Dla potrzeb Szlaku Piastowskiego można by – oprócz zmiany nazwy i design`u książeczki, zamiany listy prezentowanych w niej obiektów na obiekty Szlaku Piastow-

skiego i zmiany treści pytań konkursowych - dokonać rozszerzenia listy obiektów uczestniczących w akcji rabatowej oraz w razie potrzeby wprowadzić nowe moduły (np. rabat w hotelach, ulgowe bilety do przynajmniej niektórych obiektów). Mogłaby ona stać się także elementem szlakowego systemu rabatowego, o którym szerzej poniżej. Książeczki byłyby rozprowadzane w każdym obiekcie Szlaku Piastowskiego oraz za pomocą dystrybucji np. w szkołach i wśród grup wycieczkowych, podejmujących wyprawy po Szlaku Piastowskim, w obiektach noclegowych zlokalizowanych w przestrzeni szlaku oraz przez partnerów i usługodawców szlaku, powiązanych z nim formalnymi umowami. Dla zakończenia projektu wymagane byłoby potwierdzone odwiedzenie wszystkich lub prawie wszystkich jego obiektów, co – analogicznie jak w przypadku Paszportu Wielkopolanina - w efekcie przyniosłoby niewielki wzrost odwiedzin w obiektach najpopularniejszych, znacznie bardziej zauważalny w obiektach mniej uczęszczanych przez turystów.

4.1.4.2. „Tydzień na Szlaku” i inne kalendarze eventów.

Z punktu widzenia zarówno touroperatora, organizującego programy wycieczek tematycznych, jak i typowego odbiorcy indywidualnego, zainteresowanego profilem szlaku tematycznego istotne wydaje się istnienie i dostępność konkretnej oferty, zmaterializowanej w określonych czasach i miejscach szlaku. Powinna ona przybrać formę wycinkowego kalendarza wydarzeń, publikowanego odpowiednio wcześniej i dostępnego do ostatniej chwili, a obejmującego każdy kolejny miesiąc lub nawet tylko jeden tydzień, jeśli przypada on na tak zwany wysoki sezon (na szlaku byłby to maj, czerwiec i oba miesiące wakacji letnich, może także kwiecień i wrzesień). Organizator wycieczek, jeśli otrzyma go wystarczająco wcześniej (np. w formie regularnego newslettera), może włączyć część propozycji aktualnego „życia” szlaku do programu swoich imprez i przywieźć w określone miejsca turystów, korzystając przy okazji z oferty zwiedzania oraz z usług gastronomicznych i noclegowych. Indywidualny turysta lub inicjator małej, na przykład rodzinnej, wycieczki może z kolei zareagować spontanicznie i wybierając szlak jako przestrzeń do spędzenia najbliższego wolnego krótkiego urlopu (lub długiego weekendu) zaplanować swoją indywidualną podróż w oparciu o taki gotowy kalendarz „Tygodnia na Szlaku”. Kalendarz byłby zestawiany regularnie przez koordynatora (takie zadanie proponują dla niego niektórzy zapytani eksperci [WE-4; 13]) na podstawie zbieranych przez niego na bieżąco informacji ze wszystkich obiektów i gmin. W takim kalendarzu powinny naturalnie w pierwszym rzędzie znaleźć się wszystkie tematyczne eventy jedno- i wielodniowe w obiektach szlaku i organizowane w większej skali (począwszy od Festynu Archeologicznego w Biskupinie z jego bogatym programem, kilkudniowych Zjazdu Wojowników Słowiańskich w Grzybowie czy Festiwalu Kultury Słowiańskiej

i Cysterskiej w Łądzie), ale także krótszych jak Koronacja Królewska w Gnieźnie czy jednodniowych, których znaczną liczbę organizują poszczególne muzea (przykładowo kilka z wielu imprez: Noc Kupały na Lednicy, Biesiada Piastowska w kaliskim Rezerwacie Archeologicznym) czy gminy (jak Inscenizacja Bitwy pod Płowcami). Jako uzupełnienie powinny się tam znaleźć także stałe mikroeventy, czyli np. organizowane co tydzień projekcje filmów albo wycieczki z przewodnikiem po lokalnych trasach, gry miejskie i terenowe oraz wiele innych (w sytuacji funkcjonowania takiego kalendarza na pewno pojawiłyby się szereg nowych propozycji). W kalendarzu może znaleźć się miejsce także dla innych wybranych imprez kulturalnych i turystycznych, odbywających się w miejscowościach w przestrzeni szlaku (jednak z zastrzeżeniem selekcji wśród setek imprez organizowanych przez miasta wielkie - jak Poznań - czy duże - jak Kalisz czy Włocławek - by nie zdominowały one oferty szlaku). Na przykład poznański „Weekend z historią”, a nawet popularny wśród turystów „Poznań za pół ceny” z jednej strony i Festyn Cysterski w Wągrowcu, Inowrocławski Festiwal Światła czy Dni Kruszwicy, ale i regularne koncerty organowe z drugiej mogą się w takim programie znaleźć i znacznie go urozmaicać. Kalendarz powinien być dostępny na portalu internetowym koordynatora (i na stronach możliwie wszystkich obiektów) oraz - w formie wydruków - w kasie czy punkcie obsługi każdego obiektu szlaku, ale również w siedzibach i miejscach usług podmiotów partnerskich, jak np. hotele i lokale gastronomiczne w przestrzeni szlaku. Czytający go w Internecie turysta może wybrać pełen życia szlak zamiast innej destinacji i ułożyć sobie prywatny program spotkania z piastowskim dziedzictwem, uzupełnionego preferowanymi przezeń formami kultury lub rozrywki, proponowanymi w tym samym lub pobliskim miejscu. Biorący go do ręki turysta może zainteresować się jedną lub kilkoma imprezami, zmienić swoje plany i pojechać do danego miejsca, uczestniczyć w evencie i potem skorzystać z noclegu, który powinien być możliwy do zarezerwowania w dowolnym momencie za pośrednictwem biura koordynatora, internetowego formularza powiązanego ze stroną danej imprezy lub przez wykonanie telefonu do obiektu noclegowego – partnera eventu. Samo już zebranie i selekcja informacji to działanie użyteczne, natomiast zestawienie obszernej mapy imprez na konkretny wycinek czasu i udostępnienie jej potencjalnym odbiorcom za pomocą przekazu bezpośredniego (portal) oraz dostępnego przez pośrednictwo kilkudziesięciu punktów dystrybucji (obiekty szlaku i informacje turystyczne w jego przestrzeni) to łatwa w wykonaniu i tania forma promocji oferty szlaku, wzajemna promocja obiektów (realizująca efekt synergii) i szansa pozyskania uwagi klienta i wpłynięcia na jego wybór. Sezonowy (lub cotygodniowy) kalendarz eventów, dystrybuowany darmowo w każdym obiekcie szlaku, punkcie informacji, w miejscach

noclegów i lokalach gastronomicznych, przyczyniłby się do lepszego wykorzystania imprez i wzrostu wydatków turystów w miejscach ich odbywania.

4.1.4.3. Doroczny konkurs lub gra tematyczna na Szlaku Piastowskim.

Taki projekt nie tylko wprowadziłby do oferty szlaku propozycję dla (elitarnej grupy) indywidualnych turystów z inklinacjami do samodzielnego poszukiwania i odkrywania treści i wątków (których istnienie i rosnącą aktywność także w Polsce potwierdzają cieszące się rosnącą popularnością programy turystycznego questingu), ale wniósłby także znaczące urozmaicenie palety możliwości edukacji przez turystykę. Są to możliwości nadal zbyt mało wykorzystywane przez polską szkołę, być może z powodu przekonania większości nauczycieli o przestarzałej ofercie edukacyjnej klasycznych destynacji, w tym muzeów i szlaków i ich nie przystawianiu do potrzeb i oczekiwań współczesnych uczniów.

Jeśli taki konkurs miałby być ukierunkowany na pozyskanie właśnie wymienionych dwóch grup potencjalnych turystów, to jego (coroczna) edycja powinna być realizowana w dwóch wersjach. Pierwsza byłaby przeznaczona dla grup edukacyjnych z dłuższym okresem realizacji zadań, na przykład grup edukacji szkolnej i trwałaby przez trzy miesiące w skali roku, od początku kwietnia do końca czerwca, tak, by finał i zakończenie wypadły krótko po zamknięciu roku szkolnego. Z kolei dla grupy indywidualnych poszukiwaczy konkurs mógłby rozpoczynać się dopiero z początkiem letnich wakacji, by zapewnić ich napływ w okresie zmniejszonej aktywności grup szkolnych i trwać np. do końca września. Program konkursu powinien być oparty na dobrze opracowanych scenariuszach, zawierających wymagania odwiedzenia określonej liczby obiektów, przyswojenia elementarnej wiedzy, jak i odnalezienia licznych detali (eksponatów, miejsc, napisów, symboli?), wreszcie rozwiązania konkretnych zadań, rozwijających umiejętności takie jak kojarzenie wydarzeń, logiczne wnioskowanie. Jego elementem mógłby być też wymóg aktywnego uczestnictwa we wskazanym evencie tematycznym szlaku (z roku na rok zmienianym w powiązaniu z wiodącym tematem roku lub samego konkursu). Konkurs powinien być odpowiednio nagłośniony, informacje o nim wysyłane przez kanały dystrybucji do potencjalnych grup adresatów (szkoły, koła turystyczne, stowarzyszenia o profilu uwzględniającym aktywność kulturalną, turystyczną, edukacyjną, patriotyczną itp., grupy rekonstrukcji historycznych, grupy miłośników muzeów i inne), a samorządy, inni partnerzy szlaku oraz komercyjni sponsorzy mogliby ufundować atrakcyjne nagrody. To wszystko może przyciągnąć na szlak nowe grupy ludzi, dotychczas nie zauważających jego potencjału lub nie znajdujących w jego przestrzeni atrakcyjnej dla siebie oferty.

4.1.4.4. Stały system rabatowy Szlaku Piastowskiego.

Taki system działałby na podstawie formalnego porozumienia wszystkich lub przynajmniej kilkunastu większych obiektów szlaku. Jego podstawowym celem byłoby zapewnienie uczestnikom ulgowego wstępu do obiektów lub nawet wstępu po specjalnej cenie, możliwość nabycia z rabatem materiałów i pamiątek w sklepach i kioskach obiektowych, a także w miarę możliwości wykorzystanie po obniżonej cenie ich oferty gastronomicznej, o ile taka istnieje. Przy udziale innych partnerów taką zniżkę można by rozciągnąć na posiłki w uczestniczących w systemie lokalach gastronomicznych w pobliżu obiektów, a także na hotele i obiekty noclegowe, wypożyczalnie rowerów i inne punkty usługowe. Idealem byłby wspólny bilet na wszystkie obiekty lub kupon na wolny wstęp do ich określonej liczby (np. 5, 7 czy 10 wybranych przez uczestnika z listy). Nabycie takiego biletu lub kuponu po mocno zredukowanej cenie tworzyłoby silną motywację do zwiedzenia wielu miejsc i ostatecznie - niezależnie od jego pełnej realizacji - przyniosłoby uczestniczącym obiektom zysk. Taka praktyka jest dobrze znana w przestrzeni wielu szlaków lub w większych miastach w zachodniej Europie i Ameryce Północnej [Heinze 2002, s. 90n; 96nn]. Znając jednak polskie realia, wspólny bilet może długo nie doczekać się realizacji z powodu niemożności (czy raczej niechęci do) ustalenia jednolitego algorytmu dzielenia zysków. Pozostaje wówczas kupon, który łatwo tak skomponować, by jego część turysta oddawał w obiekcie, co umożliwi jego administratorowi udowodnienie wizyty i tym samym adekwatny do świadczonych usług udział w zyskach z systemu rabatowego. Jakkolwiek korzyści z funkcjonowania takiego systemu wydają się oczywiste, należy przypuszczać, że niełatwym zadaniem będzie przekonać do uczestnictwa w nim administratorów niektórych muzeów (w czym pomocne byłoby porozumienie ich organów założycielskich) a przede wszystkim administratorów niektórych obiektów sakralnych. Kilka z nich od dawna znanych jest z uprawiania indywidualnej polityki udostępniania. W ich przypadku mogłoby pomóc porozumienie z władzami czterech diecezji, na których terenie zlokalizowane są obiekty szlaku: poznańskiej, gnieźnieńskiej, wrocławskiej i kaliskiej. Doprowadzenie do takich porozumień może być jednym z zadań Rady ds. Szlaku Piastowskiego lub jej wydelegowanych przedstawicieli.

4.1.5. Bezpieczniki szlaku.

Lista elementów wymagających zabezpieczenia oraz proponowanych działań nie może być traktowana jako zamknięta, nawet w średniookresowej perspektywie. Powodem tego jest w szczególności szybko następująca zmiana standardów organizacji i uprawiania turystyki kulturowej. Kolejne potrzeby w tym zakresie z pewnością pojawiają się czasem na skutek zmian sytuacji na krajowym rynku turystycznym

i wynikającej z niej (oraz ze strategii szlaku) pozycji i roli analizowanego systemu w polskiej ofercie turystyczno-kulturowej. Niemniej wyniki badań tego i innych szlaków, w tym sporządzona na ich podstawie lista rozbieżności między wspomnianymi potrzebami i standardami a stanem zweryfikowanym obligują na etapie formułowania zaleceń do wskazania przynajmniej najważniejszych aspektów działania systemu, którym musi zostać zapewniona trwałość oraz wskazania podmiotów, komórek i mechanizmów (w tym procedur) umożliwiających jej zagwarantowanie.

4.1.5.1. Rada Szlaku jako gwarant realizacji celów szlaku

Pierwszym i podstawowym zabezpieczeniem istotnych funkcji Szlaku Piastowskiego jako systemu ukierunkowanego na zarządzanie dziedzictwem kulturowym i jednocześnie umożliwianie uczestnictwa w kulturze w proponowanym modelu zarządzania będzie funkcjonowanie w jego strukturze Rady Szlaku, utworzonej na bazie aktualnie istniejącej Rady Programowo-Naukowej ds. Szlaku Piastowskiego (por. 4.3.1.1). Dla gremium tego - obok zadań o charakterze koncepcyjnym – proponuje się rolę zespołu kontrolnego. W tej drugiej funkcji zadanie Rady można zdefiniować jako zapewnienie szlakowi trwałego istnienia w ramach wyznaczonych mu przez jego cele i zadania - odnoszące się do sfery zachowania dziedzictwa oraz udostępniania dóbr kulturowych uprawiającym turystykę jako aktywność czasu wolnego.

Żeby mogła spełniać swoje funkcje zabezpieczające i kontrolne, Rada musi zostać formalnie wyposażona w odpowiednie kompetencje a jej udział w formułowaniu struktury szlaku, w zabezpieczaniu realizacji tych zadań w jego bieżącym działaniu oraz w poszczególnych elementach monitoringu musi być opisany w dokumentach regulujących jej działanie po okresie przebudowy systemu (4.3.1.1.). Następnie gremium to musi zostać usytuowane w systemie zarządzania szlakiem (por. 4.3.1.5.). Uczestnictwo Rady lub jej wydelegowanych członków, nie powiązanych bezpośrednio z bieżącym zarządzaniem w poszczególnych przedsięwzięciach i procedurach służących zachowaniu jakości, nie tylko zapewni możliwość sięgnięcia w każdej chwili po opinie ekspertów, posiadających stały wgląd w działanie systemu, ale zagwarantuje też bezstronność oceny w sytuacjach ewentualnych rozbieżności opinii między kontrolowanym obiektem czy partnerem szlaku a jego koordynatorem. Szczegółowe ustalenia i zapisy dotyczące tego udziału i związanych z nim kompetencji kontrolnych lub innych powinny znaleźć się w zarówno w regulaminie pracy samej Rady, w dokumentacji określającej funkcjonowanie szlaku i zadania jego koordynatora, jak i w porozumieniach zawieranych pomiędzy koordynatorem a obiektami, samorządami lub innymi partnerami. Poniżej zestawiono szereg elementów, które w celu zapewnienia prawidłowego działania systemu powinny stać się przed-

miotem szczegółowych ustaleń oraz zostać objęte monitoringiem a także zaproponowano konkretne formy owego zabezpieczenia.

4.1.5.2. Procedura wpisu obiektu na listę szlaku

Profesjonalna realizacja „restytucji szlaku” zlecona Radzie PNdsSP jako jej główny cel [*List intencyjny 2012, s.1*] powinna dokonywać się w oparciu o ściśle określone procedury, ujęte w szczegółowych zapisach odnośnego dokumentu. Te procedury winny zabezpieczać zarówno właściwą tematyzację szlaku jak i zachowanie przez obiekt standardów przyjętych w ramach funkcjonowania systemu. Taki dokument powinien być przyjęty i ogłoszony przez Radę jako organ odpowiedzialny za kształtowanie przestrzeni szlaku. Niezbędne elementy takiej regulacji wyliczono poniżej w odpowiedniej kolejności; zestawienie można traktować jako propozycję jej struktury.

1. Kryteria przynależności do Szlaku Piastowskiego, wymienione w kontekście jego podwójnego charakteru: systemu udostępniania dziedzictwa kulturowego i nowoczesnego tematyzowanego produktu turystycznego.
2. Dokładne określenie warunków wpisu obiektu na listę, w tym koniecznie:
 - a) lokalizacji w określonej przestrzeni, b) spełniania kryterium historycznego lub tematycznego, w tym potwierdzonej opracowaniami naukowymi autentyczności obiektu lub zbieżności prezentowanej tematyki z epoką i istotnymi aspektami dziedzictwa piastowskiego, c) spełniania wyraźnie opisanych warunków dostępności, infrastruktury, obsługi turystycznej, d) formalnej zgody właściciela/administradora obiektu na współpracę w ramach szlaku, w tym deklaracji podpisania porozumienia (por. 4.3.2.; 4.3.3.2.) i poddania się rygorom monitoringu.
3. Opracowanie formularzy wniosków o wpis na listę obiektów, uwzględniających w/w warunki, opracowanie listy obiektów i wzorów wymaganych załączników.
4. Ustalenie trybu weryfikacji dokumentacji obiektu oraz jego stanu, w tym spełniania warunków dostępności, obsługi, infrastruktury oraz sposobu wyznaczania realizującego ją zespołu, przedstawiania wyników weryfikacji i ich akceptacji przez Radę.
5. Określenie procedury i terminów wprowadzania korekt i ewentualnej ostatecznej weryfikacji dokumentacji i stanu obiektu.
6. Szczegółowe ustalenie trybu podejmowania decyzji, formalnego wpisu na listę szlaku oraz tryby podpisywania i realizacji porozumienia w sprawie uczestnictwa w szlaku (por. 4.32.), jego zakresu, sposobu wprowadzania i terminu realizacji przedsięwzięć wynikających z niego tak ze strony obiektu jak i ze strony szlaku.

7. Ustalenie wzoru dokumentu o wpisie obiektu na listę szlaku i procedury sporządzania, przekazywania i archiwizacji a także publikacji zarówno dokumentu, jak i samej listy.

4.1.5.3. Gwarancja dostępności obiektów i usług na szlaku.

Jest ona jednym z najważniejszych czynników gwarantujących funkcjonowanie systemu i – co ważniejsze – budzących zaufanie w stosunku do niego jako destynacji i produktu (czyli w istocie: obietnicy udanej wyprawy) wśród touroperatorów i turystów indywidualnych. Bez faktycznej dostępności szlak tematyczny jest zbiorem bezprzedmiotowych obietnic, które – jeśli w kilku punktach niespełnione – szybko odbijają się złymi ocenami i drastycznym spadkiem atrakcyjności. Faktyczną dostępność obiektów można zapewnić dzięki opracowaniu i wdrożeniu procedury, składającej się z czterech głównych elementów. Są to:

4.1.5.3.1. Standardy udostępnienia obiektów.

Powinny one zostać przyjęte jako obowiązujące minimum i stanowić integralną część porozumienia udziału obiektu w szlaku (4.1.5.3.2.) W ich ramach musi zostać określony tryb udostępniania dla dwóch typów obiektów: tych otwartych na co dzień (np. instytucji kultury, rezerwatów archeologicznych, kościołów w dużych miastach) i tych generalnie zamkniętych (prywatnych zbiorów, świątyń w mniejszych miejscowościach, rzadziej odwiedzanych atrakcji leżących na uboczu uczęszczanych tras).

Standard dla pierwszej z tych grup powinien zawierać zobowiązanie do umieszczania w widocznym miejscu tablicy informacyjnej z godzinami otwarcia, połączone ze zobowiązaniem do ich honorowania i takiego ustalenia rytmu życia obiektu, by te godziny mogły być dotrzymane oraz do informowania kilkoma kanałami i odpowiednio wcześniej koordynatora szlaku oraz touroperatorów i turystów (np. na aktualizowanym portalu internetowym) o specjalnych okolicznościach, które powodują niedostępność obiektu dla zwiedzających na dany czas⁹¹. Dalej powinny się w nim znaleźć ustalenia opisane poniżej (4.1.5.3.2.).

⁹¹ Konsekwencje niefrasobliwego stosunku administratorów obiektów do turystów w przypadku wycieczek zorganizowanych mogą być bardzo poważne. Przykładowo: wycieczka tematycznie profilowana na Szlak Piastowski, mająca w dziennym programie wizytę w obiekcie sakralnym jako punkt główny, napotykająca na dłuższą niezapowiedzianą celebę musi z niego zrezygnować, bo program nie przewiduje półtoragodzinnego czekania, a następnym punktem jest zamówiony obiad. Wycieczka odjeżdża z kwitkiem, zwiedzając inne obiekty w miejscowości lub okolicy. W rezultacie jednak kilkoro uczestników składa reklamacje (przecież nie za taki program zapłacili), a organizator płaci odszkodowanie. W konsekwencji nigdy więcej nie wpisze wymienionej świątyni do swojego programu zwiedzania (ze szkodą dla obiektu), być może jednak generalnie będzie unikał organizowania ambitnych, edukacyjnych wycieczek dla dorosłych po Szlaku Piastowskim, ze szkodą dla całego szlaku).

W przypadku obiektów generalnie zamkniętych (gdzie stałe utrzymywanie personelu nie opłaca się) może się z kolei sprawdzić model ich udostępniania dla turystyki, proponowany przez autora od kilku już lat [Mikos v. Rohrscheidt 2010a, s.361] i w niektórych miejscach stosowany. Jego podstawowa zasada brzmi: dostępność nie oznacza stałego otwarcia, przez co nie musi ona generować dodatkowych kosztów. W takich obiektach wystarczy rozszerzyć listę osób upoważnionych do otwarcia, wprowadzić dyżury gotowości w zależności od ich wolnego czasu, zakupić telefon komórkowy z opłaconą najtańszą kartą odbioru rozmów (aktualnie w skali roku nie przekraczającą kilkudziesięciu złotych), a następnie przekazywać go na czas trwania dyżuru poszczególnym osobom wraz z kluczami. Jednocześnie na drzwiach obiektu lub tablicy informacyjnej obok nich należy umieścić numer kontaktowy do tego telefonu z adnotacją o możliwości otwarcia obiektu (w przeciągu 5-10 minut) po telefonicznym zgłoszeniu i niewygórowanym cennikiem za tę usługę (np. 1 zł od osoby lecz nie mniej niż 10 złotych) oraz dodatkowo za ewentualną obiektową usługę przewodnicką. Osoba dyżurna może także – jeśli nie posiada na temat obiektu wiedzy wystarczającej do oprowadzenia – wręczać zwiedzającym plany sytuacyjne z objaśnieniami, w postaci na przykład zafoliowanych kartek z kolorowymi wydrukami. Przychody z takiego otwierania obiektu mogłyby służyć jego utrzymaniu lub – jeśli konieczna jest ich dodatkowa motywacja – być pozostawiane osobom dyżurującym. Podobne rozwiązanie stosowane jest już w kościele w Mogilnie – jednak jego skuteczność jest ograniczona z powodu uzależnienia otwarcia od dyspozycyjności jednej osoby. Natomiast z powodzeniem stosuje się opisany system w kościółku - Muzeum Bitwy z 1241 w Legnickim Polu na Dolnym Śląsku. W aktualnej sytuacji społecznej w żadnej miejscowości nie brak emerytów lub rencistów, mieszkających blisko dowolnego obiektu szlaku, którzy są dobrze znani administratorowi obiektu i chętnie powiększyliby swój budżet w taki sposób. Jeśli opisany model udostępniania służy za podstawę porozumienia zawieranego z danym obiektem, w jego treść powinny zostać wpisane adekwatne do jego założeń zobowiązania.

4.1.5.3.2. Porozumienia o udziale w szlaku i udostępnianiu obiektu.

To formalne porozumienia, zawarte między koordynatorem szlaku oraz gminą jako jego partnerem z jednej strony a obiektem z drugiej. W przypadku obiektów nowo wpisywanych (lub na etapie przebudowy szlaku - wszystkich) winny one być integralną częścią obszerniejszego porozumienia o udziale w szlaku (4.3.2.), w przypadku pozostałych mogą przybrać formę odrębnego dokumentu. Treść porozumienia udostępnieniu powinna odpowiadać przyjętemu standardowi udostępniania obiektu dla turystów, na który składają się: a) czasy i godziny otwarcia dla zwiedzania, podane do wiadomości przy obiekcie, w aktualizowanej regularnie informacji

o obiekcie do koordynatora oraz w Internecie, b) tryb udostępniania obiektu w przypadku jego generalnego zamykania w ciągu dnia (miejsce umieszczenia tablicy informacyjnej, określenie komórki lub funkcji osoby lub osób odpowiedzialnych za udostępnianie i numer telefonu kontaktowego do nich), c) deklaracja o stosowaniu lub niestosowaniu odpłatności za wstęp, a w tym pierwszym przypadku - zasady stosowania biletów ulgowych a także zasady wystawiania rachunków lub faktur (potrzebnych organizatorom grup turystycznych) d) wskazanie (legalnych) miejsca parkowania dla autokarów i samochodów osób zwiedzających (które może być odpłatne), e) wskazanie węzła sanitarnego udostępnianego dla turystów, zlokalizowanego w określonej odległości od obiektu (np. do 150 m) wraz z deklaracją o jego wyraźnym oznaczeniu, f) zobowiązanie do umieszczenia w widocznym miejscu przy obiekcie dostarczonych administratorowi oznaczeń Szlaku Piastowskiego (i tablicy informacyjnej szlaku w pobliżu), g) określenie zasad regulujących wykonywanie usług przewodnickich w obiekcie (kto i na jakich warunkach).

W szerszym porozumieniu o udziale w szlaku ze strony obiektu powinny znaleźć się także zobowiązania do zachowania pozostałych określonych dla szlaku standardów obsługi (np. opisy wystaw, informacja), do udziału w finansowaniu szlaku (zgodnie z przypadającym na dany typ obiektu ustaleniem) oraz do dystrybucji materiałów szlaku.

W porozumieniu o udostępnianiu obiektu ze strony szlaku powinna się znaleźć deklaracja: koordynatora szlaku o a) włączeniu jego oferty wystawienniczej i edukacyjnej (jeśli taka istnieje) do informatorów szlaku, b) zagwarantowaniu oznaczenia tras dojazdowych do obiektu od trasy głównej szlaku, c) wykonaniu lub udostępnieniu jednolitych tablic informacyjnych szlaku do umieszczenia przy obiekcie, d) regularnym monitoringu oznaczeń tras dojazdowych i dostarczaniu w razie potrzeby zamienników zniszczonych tablic informacyjnych, e) aktualizacji danych dotyczących udostępnienia obiektu w portalu informacyjnym i innych nośnikach informacji o szlaku.

W ramach porozumienia o udziale obiektu w szlaku ze strony szlaku powinno się znaleźć zobowiązanie do a) wpisania obiektu na listę i uwzględnienia go w materiałach informacyjnych oraz w publikacjach przewodnikowych, b) promocji obiektu w ramach całościowej promocji systemu, c) włączenia obiektu do (wszystkich lub wybranych) projektów turystycznych (por. 4.1.4.), d) wzięciu obiektu pod uwagę w układaniu programów usług, e) wpisu jego imprez do kalendarza eventów szlaku oraz do jego newsletterów, f) włączenia obiektu do (wybranych) ofert sieciowych, g) włączenia go do projektów (i – jeśli tego chce administrator - systemów rabatowych) szlaku. Z kolei samorząd gminy, który także powinna być sygnatariuszem takiego porozumienia winien się zobowiązać do a) sfinansowania oznaczenia samego

obiekty i dojazdu do niego na terenie gminy, b) zapewnienia dogodnego dojazdu do obiektu tak dla samochodów, jak i dla autokarów, c) finansowania zewnętrznego oświetlenia obiektu, a w przypadku gdy zachodzi taka potrzeba, także d) wyznaczenia w pobliżu miejsc do parkowania (i np. stałych urządzeń do zabezpieczania rowerów), lub sfinansowania budowy parkingu (na co z kolei może poprosić o dofinansowanie w ramach regionalnych projektów turystycznych). e) zorganizowania lub opłacenia raz lub kilka razy do roku porządkowania i sprzątania bezpośredniego otoczenia obiektu, f) sfinansowania budowy i/lub utrzymania dostępnego dla turystów węzła sanitarnego. Wydaje się, że szczególnie w przypadku licznych obiektów sakralnych efekty z takiego porozumienia wykraczałyby poza bezpośrednie korzyści dla turystyki. Umożliwiłoby mianowicie zlikwidowanie zauważalnej nierówności polegającej na tym, że miejscowa społeczność finansuje szereg inwestycji wokół tych obiektów, nie otrzymując w zamian nic poza poprawą wizualnej atrakcyjności miejsca. Zapewnienie turystycznej dostępności może być adekwatnym świadczeniem drugiej strony, niezależnie od faktu, że będące jej skutkiem zwiększenie ruchu turystycznego przyniesie jej także niewielki, ale regularny dochód.

Wydaje się, że w przypadku obiektów sakralnych i instytucji kultury takie porozumienie powinno też zostać przedłożone zwierzchnikowi (odpowiednio np. diecezji albo władzom powiatu lub Urzędowi Marszałkowskiemu jako organowi założycielskiemu), co z jednej strony może zapewnić jego współpracę i interwencję w przypadkach niedotrzymywania porozumienia, z drugiej w jakimś stopniu gwarantuje ciągłość zachowania standardów po wymianie personelu w obiekcie. Trudniej wówczas twierdzić, że porozumieniem zawartym przez poprzedniego proboszcza (dyrektora) jego następca nie jest związany.

4.1.5.3.3. Monitoring dostępności obiektów.

Jest on zadaniem koordynatora szlaku i powinien się odbywać w dwóch trybach. Jednym z nich jest tryb **bieżący** obejmujący zbieranie informacji od samych obiektów o wszystkich utrudnieniach (remontach i wyłączeniach ekspozycji lub ich części itd.) i wprowadzenie tych informacji do własnej bazy danych do zasobów internetowego portalu szlaku, jego informatorów i newsletterów (celem udzielania aktualnej informacji turystom) oraz do okólników rozsyłanych partnerom i ewentualnie lokalnym mediom. Drugim trybem jest **regularna weryfikacja** dostępności obiektów, podejmowana na przykład raz do roku w stosunku do wszystkich obiektów szlaku na przykład z użyciem metody wizyty anonimowego turysty, jako najtańszej i skutecznej.

Dodatkową pomocą w weryfikacji dostępności może być bieżący monitoring **ocen turystów** zamieszczanych w Internecie lub nawet otwarcie dla nich na portalu szlaku

możliwości zamieszczania (publikowanych lub nie) własnych doświadczeń z wizyty turystycznej na szlaku. Powtarzana informacja o problemach z dostępnością konkretnego obiektu powinna być zweryfikowana przez wizytę - a następnie należy podjąć kroki zaradcze.

4.1.5.3.4. Procedury naprawcze. Zawieszenia i wyłączenia.

By zapobiec rozczarowaniu turystów brakiem dostępności (najczęściej niespodziewanym) i tym samym istotnej szkodzie dla image oferty szlaku jako produktu turystycznego, jako trwale wpisany „bezpiecznik” powinna funkcjonować procedura naprawcza, ściśle ustalona i akceptowana przez wszystkich partnerów. Obejmowałaby ona a) kontakt z administratorem, zaprezentowanie mu stwierdzonej sytuacji i prośbę o odniesienie się do problemu powiązaną z postulatem jego usunięcia, b) przedstawienie sposobu zgłoszenia usunięcia problemu i ewentualną procedurę weryfikacji tego faktu, c) notę przynaglającą do usunięcia mankamentów, zawierającą ostrzeżenie o zawieszeniu obiektu w ramach systemu i d) procedurę okresowego zawieszania obiektu w ramach turystycznej oferty szlaku.

Takie posunięcie należy traktować jako ostateczność (i wymagać dla jego zastosowania na przykład decyzji gremium nadrzędnego w stosunku do koordynatora (czy będzie ono miało status Rady szlaku czy walnego zebrania organizacji) i dokonywałoby się po stwierdzeniu nieskuteczności dotychczas podjętych środków, z poinformowaniem zwierzchnika obiektu. Zawieszenie oznaczałoby skreślenie danych o ofercie obiektu z aktualnych informatorów szlaku, nieuwzględnianie go w projektach szlaku, programach wycieczek po szlaku, newsletterach i akcjach promocyjnych, pakietach organizowanych przez koordynatora, kalendarzu eventów i mikroeventów, w ofercie edukacyjnej, oznaczenie na portalu szlaku obiektu jako nieaktywnego, udzielanie turystom informacji o jego niepewnej dostępności.

Informacje podawane do publikowanych przewodników nadal podawałyby obiekt jako należący do szlaku, jednak jednocześnie uwzględniałyby jego niepewną dostępność i zawierałyby stwierdzenie koordynatora o braku gwarancji ze strony szlaku co do aktualności informacji o dostępności obiektu i warunków jego zwiedzania. W materiałach dystrybuowanych bezpłatnie przez koordynatora obiekt byłby inaczej oznaczany na mapie szlaku (jako nieaktywny). Zastosowaniu tych środków powinna towarzyszyć zawarta w decyzji o zawieszeniu deklaracja możliwości i określenie trybu ponownego włączenia po usunięciu usterek i zobowiązaniu się do zapobieganiu im w przyszłości. Tej deklaracji musi oczywiście odpowiadać faktyczna gotowość koordynatora do natychmiastowego włączenia obiektu w pełną ofertę po ustaniu przeszkody.

Ewentualne **wylączenie** mogłoby być zastosowane w stosunku do obiektu, którego administrator przez długi czas nie reaguje na uzasadnione postulaty o poprawę stanu dostępności, bezpieczeństwa budowlanego obiektu czy oznaczenie obiektu lub najbardziej podstawowych norm obsługi turystów (np. notorycznie nieprzyjazne traktowanie). Ze względu na specyfikę Szlaku Piastowskiego, wymagającą koniecznie funkcjonowania w ramach jego oferty pięciu-sześciu obiektów o fundamentalnym znaczeniu dla jego tematyki - zastosowanie wobec nich tego rozwiązania wydaje się niewyobrażalne. W takiej sytuacji koordynator i gremium sprawujące funkcje kontrolne winni interweniować u zwierzchników obiektu oraz na poziomie miejscowych i regionalnych samorządów, wspomagających obiekt lub finansujących inwestycje w nim, starając się doprowadzić do uzależnienia kolejnych konkretnych świadczeń na rzecz obiektu od usunięcia problemów z jego turystycznym udostępnieniem jako materialnego świadectwa dziedzictwa kulturowego danego obszaru.

Z czasem samo już istnienie opcji zawieszenia (przy jednoczesnej widocznej poprawie poziomu oferty szlaku oraz jego atrakcyjności) powinno dyscyplinować administratorów obiektów, a wyraźnie określone procedury monitoringu, zgłaszania usterek i ich usuwania nie muszą być uważane za szykanę, ale za przejaw dbałości o wspólne dobro, jakim jest szlak i prezentowane przez niego dziedzictwo część jasnych i zrozumiałych zasad współpracy.

4.1.5.4. Gwarancja oznaczenia obiektów szlaku

Oznaczenie obiektów jest jednym z czterech kryteriów materialności szlaku tematycznego. W przypadku produktu turystycznego o takiej strukturze (którego oferta polega na wyróżnianiu w przestrzeni konkretnych obiektów i łączeniu ich zwiedzania i pozostałej oferty w ramach wiodącej, choć urozmaiconej narracji) oznaczenie na miejscu jednocześnie spełnia zadanie symbolicznej ekspozycji miejsca, ułatwia odnalezienie obiektu oraz wspomaga wzajemną promocję w ramach systemu. Ustalony i przyjęty standard umieszczania oznaczeń i ich jednolity wygląd zapewniają jednoznaczną identyfikację obiektu jako należącego do szlaku. Tymczasem - pomimo dziesiątek lat funkcjonowania systemu - jak dotąd formalnie **nie przyjęto** jednolitego logo Szlaku Piastowskiego: koordynator używa innego dla swojej organizacji i jej portalu, inne jest używane w papierowych przewodnikach, jeszcze inne na starych oznaczeniach w terenie, a inne na słupach kierunkowych w powiecie gnieźnieńskim, co skutecznie rozmywa efekt identyfikacji i asocjacji obiektów.

Oznaczenia szlaku. Jako działania konieczne i pilne należy zalecić a) **ustalenie jednolitego symbolu szlaku** (na przykład przez wybór spośród stosowanych), następnie b) **wykonanie go** w odpowiedniej ilości egzemplarzy, c) uzyskanie w ramach **porozumień** z obiektami gwarancji jego trwałego umieszczenia przy obiektach

w widocznym oraz d) fizyczne **umieszczenie** tych oznaczeń. Powinno się to dokonać wysiłkiem finansowym poszczególnych samorządów, jednakże kierowanym przez koordynatora szlaku, który po pierwsze posiada doświadczenie w umieszczaniu tablic i oznaczeń, po drugie- zagwarantuje jednolitość, po trzecie, będzie w stanie wynegocjować niższą cenę za wspólne zamówienie. Być może – zamiast każdorazowego finansowania przez gminy - w ramach budżetu szlaku mógłby zostać stworzony niewielki fundusz na monitoring oznaczeń, ich odnawianie i zastępowanie zniszczonych, na który według sprawiedliwego algorytmu składałyby się wszystkie gminy lub oba urzędy marszałkowskie. Nie ma potrzeby zalecania usuwania innych oznaczeń przy obiektach, spełniających nie tylko rolę identyfikacyjną, z różnych powodów przynoszących korzyść samym obiektom, instytucjom lub samorządom albo służących innym systemom turystycznym (szlakom, trasom lokalnym). Wystarczy, jeśli oznaczenie Szlaku Piastowskiego stanie obok nich lub będzie wkomponowane w widoczny miejscu w taki zestaw, umieszczony na przykład na wspólnej tablicy.

Tablice szlaku. Idealnym rozwiązaniem problemu oznaczeń byłoby nie tylko umieszczenie przy wejściu do każdego obiektu logo szlaku, ale także ustawienie w bezpośrednim otoczeniu obiektu, na trasie zwiedzających, tablicy szlaku. Taka tablica, o znacznych wymiarach, kolorowa i estetycznie zaprojektowana (oraz wykonana jednolicie dla wszystkich obiektów, ze specjalnym elementem w poszczególnych egzemplarzach wyróżniającym „własny” obiekt) powinna zawierać symbol szlaku, jego nazwę, mapę systemu ze wszystkimi obiektami i trasami, informacje na temat koordynatora (dane adresowe), być może w rogach lub na marginesach mapy zdjęcia wszystkich lub wybranych obiektów. Tablice szlaku, o ile staną przy wszystkich obiektach, prócz spełnienia zadania przestrzennej orientacji turysty, w sposób widoczny wspomogą promocję systemu w poszczególnych miejscach ale kontakt z nimi może też stanowić impuls do natychmiastowej lub przesuniętej w czasie decyzji turysty odwiedzenia pozostałych obiektów. Motywacja dla administratora obiektu jest oczywista: w zamian za umieszczenie jednej takiej tablicy przy swoim obiekcie uzyskuje informację o nim i promocję na jego rzecz w 38 innych miejscach w dwóch województwach.

4.1.5.5. Gwarancja jakości oferty: kompletny system monitoringu produktu

Jednym z głównych zadań powierzanych koordynatorom dobrze funkcjonujących nowoczesnych szlaków tematycznych jest bieżący monitoring szlaku jako systemu (od wewnątrz) monitoring szlaku jako produktu turystycznego (realizowany wewnątrz i od zewnątrz) oraz regularny audyt.

4.1.5.5.1. Bieżący monitoring wewnętrzny polega na regularnym sprawdzaniu najważniejszych elementów funkcjonowania obiektów objętych porozumieniem między obiektami a szlakiem (faktycznej dostępności dla turystów, oznaczenia, funkcjonowania węzłów sanitarnych) a także ich aktualnej dostępności komunikacyjnej i aktualności ich oferty dla turystów (czyli gotowości do faktycznej realizacji oferty przedkładanej koordynatorowi i partnerom jako moduły produktów złożonych lub proponowanej bezpośrednio turystom), wreszcie realizację standardów obsługi turystów.

Formą przeprowadzania monitoringu wewnętrznego powinien być objazd szlaku, realizowany przynajmniej raz do roku tak, by koordynator lub jego przedstawiciel pojawił się we wszystkich obiektach (niekoniecznie w ciągu jednego objazdu). Warto rozważyć dokonywanie tego objazdu w formie wizyt anonimowego turysty, zlecanych osobie zewnętrznej w stosunku do zespołu koordynatora. Z jednej strony ta forma ułatwi wykrycie występujących mankamentów w badanym zakresie, z drugiej eliminuje ewentualne próby wywierania wpływu na rzecz wydania pozytywnej a niegodnej z faktami oceny lub personalne pretensje i animozje, mogące powstawać w przypadku krytycznej oceny.

Co roku także trasy szlaku powinny być przedmiotem objazdów kontrolnych, których celem jest sprawdzenie oznaczeń tras i obiektów, stanu przejezdności, parkingów i infrastruktury przy drogach szlaku. Wykryte mankamenty koordynator mógłby sam usuwać (w przypadku oznaczeń) lub zgłaszać do odpowiedzialnych podmiotów (w przypadku złego stanu dróg czy parkingów), formalnie inicjując procedury naprawcze lub przynajmniej zwiększając społeczną presję na rzecz poprawy stanu o oficjalny głos środowiska turystycznego.

Monitoring wewnętrzny odnosi się także do samego biura koordynatora i powinien dotyczyć a) przepływu informacji w biurze (w tym regularności i kanałów oraz trybu jej zbierania od obiektów i partnerów, stanu aktualizacji informacji na portalu turystycznym szlaku i w jego informatorach, newsletterach, kalendarzach szlaku, procedur i kanałów dystrybucji informacji itd.) b) wywiązywania się z funkcji kontrolnych (monitoring oznaczeń i dostępności) i zadań związanych z promocją, c) faktycznej gotowości do świadczenia proponowanych przez koordynatora usług lub istnienia aktualnych porozumień dotyczących ich świadczenia przez innych partnerów oraz d) prawidłowej realizacji budżetu, który mu powierzono i rozliczania finansowania zleconych mu zadań. Monitoring pracy koordynatora powinien być dokonywany w trakcie regularnych (np. raz na pół roku) krótkich (jednodniowych) badań wycinkowych, realizowanych na podstawie dokładnych kwestionariuszy przez delegata organu nadzorującego (np. Rady szlaku, walnego zebrania, komisji rewizyjnej itd. – w zależności od ostatecznego statusu koordynatora i przyjętego modelu koordynacji) albo pracującego na jego zlecenie zewnętrznego audytora.

4.1.5.5.2. Bieżący monitoring zewnętrzny dokonuje się przez stałe zbieranie lub zorganizowane pozyskiwanie opinii turystów oraz zasięganie opinii i oceny innych podmiotów operujących w powiązaniu ze szlakiem, w tym ocen formułowanych przez usługodawców (np. lokalnych przewodników) i środowisko touroperatorów organizujących wycieczki w przestrzeni szlaku. Monitoring zewnętrzny powinien też uwzględniać publikowane lub przysyłane wyniki analiz naukowych, przeprowadzanych względem szlaku lub jego odcinków albo obiektów oraz uwzględniać oceny i opinie publikowane w mediach. Te ostatnie, podobnie jak wpisy turystów na rozmaite fora internetowe, także fora obiektów - dla uniknięcia bezpodstawnej oceny na podstawie pojedynczych opinii – należałoby uwzględniać dopiero przy powtarzaniu się danej opinii, nie opartej na opisie jednego konkretnego wydarzenia w różnych mediach.

Pierwszą i zasadniczo bezpłatną formą monitoringu zewnętrznego winno być zbieranie opinii turystów zwiedzających szlak (tzw. permanentny „feedback”) na internetowych forach udostępnionych im na portalu szlaku - z prośbami o wyrażenie opinii. Te formy – w powiązaniu z opracowaniem procedur ich ewaluacji i reakcji na wykazane mankamenty - dobrze się sprawdzają i są powszechnie używane oraz zalecane przez analityków ofert na styku kultury i turystyki [Hausmann 2011]. Tak pozyskaną wiedzę mogą uzupełniać dane pozyskane z forów internetowych od gości obiektów, które je prowadzą, wpisy z ksiąg dla zwiedzających, wykładane na wystawach w poszczególnych obiektach i inne zbiory opinii. Okresowo może go uzupełniać konsultacja partnerów i usługodawców szlaku, dokonywana na przykład co roku w formie krótkiej, elektronicznej ankiety rozsyłanej w imieniu szlaku.

Kolejną formą realizacji monitoringu zewnętrznego powinno być okresowe (wycin-kowe) badanie ankietowe turystów w obiektach szlaku, wykonywane na przykład raz w roku w kilku kolejnych obiektach w ten sposób, by w każdym obiekcie wypadło najmniej raz na 3-4 lata.

4.1.5.5.3. Audyt systemowy szlaku, obejmujący wszystkie główne aspekty jego funkcjonowania, w tym szerzej zakrojone badanie turystów w obiektach i przestrzeni szlaku powinien być wykonywany co kilka lat (w kontekście szybkich zmian w turystyce okres pięcioletni wydaje się najdłuższym z możliwych do przyjęcia). Jego poszczególne cele i założenia wyjściowe mogą być każdorazowo precyzowane przez podmiot zlecający, wszakże wydaje się, że nieco zredukowany zakres zrealizowany w audycie z roku 2012, byłby na dzień dzisiejszy w ogólnych zarysach odpowiednim zakresem wyjściowym.

Opisane wyżej elementy monitoringu wymagają doprecyzowania co do zakresu badania, trybu, częstotliwości i wykonawców. Takie ustalenia będą możliwe po ostatecznych decyzjach odnośnie modelu koordynacji szlaku, statusu koordynatora i organu nadrzędnego (kontrolnego) oraz systemu porozumień pomiędzy szlakiem a obiektami i partnerami.

Druga ważna kwestia to ewaluacja wyników monitoringu i adekwatna reakcja na nie w poszczególnych kwestiach. Dokonanie konkretnych ustaleń w tym przedmiocie i ustanowienie procedur ich realizacji jest niezbędnym warunkiem skuteczności opisanego systemu monitoringu szlaku, który z kolei zapewni mu konkurencyjną jakość.

4.2. Zalecenia szczegółowe

4.2.1. Zalecenia w odniesieniu do szlaku jako systemu

Rozstrzygnięcia przynależności obiektów i wykonanie wcześniejszych zaleceń.

Postulatem najpilniejszym w kontekście szybkiego uruchomienia „nowego” szlaku jest aktualizacja listy jego obiektów. Wyniki audytu w odniesieniu do tej kwestii uzasadniają: a) zawieszenie wpisu na listę szlaku pięciu obiektów, b) sformułowanie konkretnych warunków i ewentualne wsparcie czterech kolejnych w tworzeniu tematycznej oferty oraz c) szybkie rozważenie wpisu na listę Szlaku Piastowskiego dwóch innych obiektów, w pełni zgodnych z jego profilem i posiadających nowoczesną, atrakcyjną ofertę (co może się dokonać bez zmian w jego przestrzeni). Ponadto w sytuacji nie spełniania podstawowych standardów faktycznej dostępności do rozważenia jest d) podjęcie w stosunku do niektórych obiektów dotychczas zwyczajowo uznawanych za obiekty szlaku środków zaradczych ze wskazaniem, że realizacja tych wymagań jest warunkiem niezbędnym wpisania na ostateczną listę obiektów.

Ad. a) Obiekt poklasztorny w Wągrowcu na dzień dzisiejszy nie spełnia kryteriów historycznych (opactwo przeniesiono tu z Łekna dopiero pod koniec XIV wieku, nie wcześniej niż w roku 1392), ani też nie posiada aktualnie ani jednego elementu, który uzasadniałby jego funkcjonowanie w ramach Szlaku Piastowskiego [KAO-29; NMT-29 MPI]. Dodatkowo posiada utrudnioną dostępność tak komunikacyjną, jak i faktyczną, a w jego pobliżu nie funkcjonuje baza gastronomiczna. Proponuje się zawiesić jego wpis na listę obiektów szlaku. W rozumieniu autora oznacza to rodzaj *ekspektawy*: obiekt znalazłby się na liście potencjalnych obiektów szlaku, byłby uwzględniany w inwestycjach i częściowo w informacjach szlaku (m.in. na jego portalu internetowym, być może także w przewodnikach, jednak ze wzmianką o chwilowej niedostępności lub nieaktualności oferty). Po zrealizowaniu wystawy tematycznej poświęconej historii opactwa w Łeknie (w tym jego początków w epoce piastowskiej) obiekt mógłby być ostatecznie włączony i zaistnieć w materiałach promocyjnych szlaku, w jego promocji turystycznej oraz w ofercie podróży, pakie-

tów itd. Wydaje się to dość prawdopodobne w kontekście niedawnego otwarcia w Biskupinie solidnie przygotowanej wystawy o historii grodu i klasztoru w Łeknie: po pokazach w kilku miastach Polski mogłaby ona powrócić do Wągrowca i tu znaleźć swoje stałe miejsce.

Podobna propozycja odnosi się do pobliskiego Łekna [KAO-30; NMT-30; MPI]. Tutejsze stanowisko archeologiczne bez wątpienia odnosi się do czasów piastowskich, a samo miejsce posiadało istotne, choć nie do końca rozpoznane znaczenie w państwie wczesnopiastowskim, później zaś było siedzibą kasztelanii, a więc grodem znacznym. Także metryka średniowiecznego klasztoru (1153) spełnia kryteria cezury historycznej. Jednak miejsce wykopalisk jest w praktyce (a nawet formalnie) niedostępne do zwiedzania, na dzień dzisiejszy brak jakiegokolwiek atrakcyjności turystycznej (wszystko, co istotne, jest pod ziemią), dostępność komunikacyjna jest bardziej niż problematyczna, a baza noclegowa i gastronomiczna na miejscu nie istnieje. Zastosowanie ekspektatywy w tym wypadku trwałoby do momentu realizacji wstępnie planowanej inwestycji, polegającej na stworzeniu trasy archeologicznej i jednoczesnym udostępnieniu faktycznego obiektu (z parkingiem i węzłem sanitarnym), przy czym należałoby nalegać na umożliwienie w bezpośrednim sąsiedztwie choćby skromnej usługi gastronomicznej. Fakt wykupienia terenu przez gminę i entuzjastyczny stosunek jej władarzy do projektu pozwalają przypuszczać, że potwierdzona przez Radę ekspektatywa przynależności do szlaku nie tylko zwiększy aktywność miejscowej społeczności, ale może także wspomóc ją w pozyskiwaniu środków na inwestycję.

W przypadku odbudowanego już Zamku Królewskiego na Wzgórzu Przemysła w Poznaniu (siedziby Muzeum Sztuk Użytkowych, oddziału Muzeum Narodowego w Poznaniu) [KAO-5; NMT-5] dokończenie przebudowy wnętrza i udostępnienie wystawy biograficznej o mieszkańcach Zamku, która tematyzuje obiekt zgodnie z profilem Szlaku Piastowskiego przewidziano na koniec roku 2013. Niezależnie od prawdopodobnego wcześniejszego otwarcia wieży z punktem widokowym, aktualnie najlepsze rozwiązanie stanowi ekspektatywa: wpis Zamku i tym samym oddziału Muzeum na listę potencjalnych obiektów szlaku z jednoczesnym zawieszeniem aktywnego wpisu do czasu udostępnienia wystawy.

Koniński Słup Milowy [KAO-24; NMT-24], jakkolwiek jest zabytkiem unikalnym i posiadającym olbrzymi potencjał edukacyjny (infrastruktura komunikacyjna i transportowa ziem polskich w średniowieczu, handel), to stanowczo zbyt słabo zagospodarowanym turystycznie. Turysta kulturowy skorzysta z niego w bardzo ograniczonym stopniu, sam obiekt bez niezbędnego tematycznego i historycznego kontekstu nie dostarczy mu żadnych informacji ani doświadczeń poza tym, co jest wizualnie dostrzegalne. Tematyczna ekspozycja multimedialna lub inny rodzaj tury-

stycznego zagospodarowania w najbliższym otoczeniu Słupa wydają się koniecznym warunkiem aktywnego wpisu na listę szlaku.

Poznańskie Interaktywne Centrum Historii Ostrowa Tumskiego znajduje się nadal w stanie budowy (prace trwają wewnątrz, po ich zakończeniu potrzebny jest czas na wyposażenie ekspozycji) a termin jego otwarcia ustalono na 1 maja 2013. Ponieważ najwcześniej po tej dacie turyści będą mogli skorzystać z ekspozycji obiektu, jego ostateczny wpis na listę szlaku powinien być wstrzymany do tego momentu.

Ad. b) W przypadku trzech ekspozycji muzealnych: w Wągrowcu [KAO-31, NMT-31; MPI], Żninie [KAO-19; NMT-19; PBU] oraz Kaliszu (Muzeum Okręgowe) [KAO-17; NMT-17; OAR] audyt wykazał istnienie zasobów zgodnych z profilem szlaku i cezurą historyczną, jednak bez ich wyodrębnienia. Oznacza to, że turysta zwiedzający Szlak Piastowski byłby zmuszony do nużącego wyluskiwania tego, co go interesuje z istniejącej kolekcji, bez odpowiedniego komentarza i kontekstowej narracji. Sugeruje się pilne stworzenie w każdej z tych placówek odrębnej wystawy, dedykowanej na okres piastowski lub konkretne wydarzenie z nim związane albo jeden z aspektów funkcjonowania państwa lub społeczności w tym okresie. W Wągrowcu może to być na przykład funkcjonowanie służebnej osady kościelnej czy w ogóle struktura własności zakonnej w dawnej Polsce (temat odpowiedni w kontekście dziejów miejscowości i wcześniejszej wsi Straszewo oraz przeszłości siedziby muzeum). W Żninie idealnym tematem wydaje się być bulla gnieźnieńska Innocentego II z roku 1136, wymieniająca tę miejscowość jako kluczową w systemie własności ziemskiej arcybiskupstwa – a jednocześnie będąca skarbem historii języka polskiego, i tym samym na pewno tworząca potencjalnie atrakcyjny kontekst dla turystyki dziedzictwa kulturowego i turystyki edukacyjnej. W Kaliszu tematem mogłaby być biografia Mieszka III Starego, założyciela wielkopolskiej linii dynastii piastowskiej, bardzo związanego z tym miejscem, tu zmarłego i pochowanego, którego płytę nagrobną muzeum posiada. Innym tematem na wystawę mogłyby być tzw. „hebrajskie” brakteaty Mieszka III i Statut Kaliski z 1264 - a wokół nich najwcześniejsza historia osadnictwa żydowskiego w Polsce i Wielkopolsce. Taka wystawa mogłaby z czasem stać się nawet ważnym atutem szlaku, wzmacniającym wątek jego międzynarodowych odniesień obok m.in. Ostrowa Lednickiego i Gniezna (św. Wojciech i Otto III), Łekna i Łądu n. Wartą (wątek zakonników altenberskich) czy Poznania (pierwsi polscy duchowni, w tym biskupi pochodzący z Włoch i Niemiec). Wszystkie trzy wystawy, zarówno ze względu na małą liczbę autentycznych eksponatów, ale też i z uwagi na ograniczoną atrakcyjność aktualnych kolekcji w wymienionych placówkach dla dzisiejszego turysty, powinny być zorganizowane jako multimedialne (co daje szansę na pokazanie i opowiedzenie więcej i w różnych

aspektach) oraz możliwie interaktywne, umożliwiające zwiedzającym samodzielne poszukiwania i łączenie interesujących ich wątków, a także aktywność o charakterze kreatywnym. Na przykład w Kaliszu mogłoby to być samodzielne zaprojektowanie i wybicie „średniowiecznej” monety lub złożenie genealogii wielkopolskiej i innych linii dynastii piastowskiej na podstawie fragmentów informacji, w Wągrowcu - rozwiązanie na podstawie danych uzyskanych przy zwiedzaniu quizu o regule i życiu zakonnym cystersów, dla porównania także innych średniowiecznych zakonów, odtworzenie dawnego kalendarza opartego na systemie świąt lub rozkładu dnia / tygodnia zakonników według zapisanych powinności. W Żninie byłoby to odtworzenie posiadłości arcybiskupich czy w ogóle kościelnych w monarchii piastowskiej w ramach interaktywnego puzzle lub odszyfrowanie nazw albo lokalizacji miejscowości wymienionych w papieskiej bulli.

Ad. c) Dnia pierwszego maja 2012 otwarto Gród Pobiedziska [KAO-X04], atrakcję turystyczną w formie grodu z ekspozycją średniowiecznych machin wojennych, zrekonstruowanych w oparciu o dostępne źródła. Obiekt nie rości sobie pretensji do historycznej autentyczności, jednak stanowi typową atrakcję wykreowaną, urozmaicającą turystyczną ofertę szlaku przez element interaktywnej rozrywki z wątkiem historycznym (w tym wypadku militarnym). Wraz z sąsiednim skansenem miniatur gród może stać się ciekawym uzupełnieniem autentycznych reliktyw historii. We wnioskach z audytu szlaku [*Raport z audytu, 2012, s.103*] autor zaleca wpisanie obiektu na listę szlaku po przedłożeniu sporządzonej lub zweryfikowanej przez historyków wojskowości dokumentacji źródłowej zbudowanych rekonstrukcji, zobowiązaniu do wykonania kolejnych urządzeń w zgodzie z przekazami i podpisaniu porozumienia o uczestnictwie w szlaku.

W przypadku realizacji opisanej w rozdziale 4.1.2.3 propozycji utworzenia tematycznej trasy lokalnej w gminach Gąsawa i Żnin, po utworzenia w Marcinkowie Górnym wystawy multimedialnej lub innej atrakcji wykreowanej dla turystów i funkcjonującej przynajmniej na bazie regularnej obsługi zamówień, powinno być możliwe włączenie także tego obiektu wraz pomnikiem Leszka Białego do grupy obiektów szlaku.

W czerwcu 2012 w Poznaniu otwarto ekspozycję Rezerwatu Archeologicznego na Ostrowie Tumskim. Obiekt powstał w celu ochrony i udostępnienia dla publiczności reliktyw wału grodowego, wybudowanego jako element grodu poznańskiego pod koniec X w. Budowa i rozbudowa tego grodu była jedną z największych inwestycji pierwszych Piastów, Mieszka I i Bolesława Chrobrego. Ekspozycja składa się z filmu (połączenia dokumentu i animacji komputerowej) oraz częściowo zachowanego, a częściowo zrekonstruowanego wału grodowego, prezentowanego „in situ”. W powiązaniu z ICHOT i podziemiami Archikatedry obiekt znakomicie uzupełnia ofertę

archeologiczną Ostrowa Tumskiego, co jest szczególnie ważne w sytuacji niemożności prezentacji odkryć w najcenniejszej części grodu: reliktyw piastowskiego palatium pod i obok kościoła NMP „In Summo”. Zalecenie autora po audycie szlaku [Raport z audytu, 2012, s. 104] i badaniu przeprowadzonym w obiekcie [SP-NMT-X1] sugeruje jego wpis na listę Szlaku Piastowskiego tylko na podstawie standardowego porozumienia - w tym wypadku bowiem zarówno instytucja prowadząca (Muzeum Archeologiczne w Poznaniu), jak i nowoczesne urządzenie ekspozycji gwarantują spełnienie wszystkich kryteriów tematykacji.

Ad d) W stosunku do kościoła Św. Jana Jerozolimskiego w Poznaniu [NMT-2], kościoła św. Mikołaja w Gieczu [NMT-23] oraz kolegiaty św. Ap. Piotra i Pawła w Kruszwicy [NMT-39], których dostępność została sklasyfikowana jako niepewna, proponuje się wystosowanie formalnej noty do administratorów z postulatem poprawy tego stanu (i opisem proponowanych rozwiązań nie powodujących większych kosztów (por. 4.1.5.3.1) oraz deklaracją promocji obiektów w ramach szlaku po spełnieniu zawartych w nocie wymagań. Ponieważ wymienione obiekty nie posiadają najwyższej rangi i atrakcyjności w ramach szlaku, w przypadku nie wdrożenia standardów udostępniania można zadeklarować wolę zawieszenia funkcjonowania obiektów w ramach szlaku (por. 4.1.5.3.4.), póki te nie zostaną spełnione a w dalszej kolejności także ewentualnego skreślenia z listy obiektów szlaku. Wymienione obiekty znajdują się w miejscowościach posiadających także inne obiekty Szlaku Piastowskiego, cieszące się większą popularnością wśród turystów, dlatego ewentualne ich zawieszenie nie spowoduje zmian w strukturze przestrzennej szlaku. Podobna nota – tym razem z określeniem spełnienia standardów dostępności jako warunku wpisu na szlak - może zostać skierowana do administratora rekomendowanego na listę obiektów kościoła Św. Stanisława Biskupa w Brześciu Kujawskim [NMT-36]. Podobnie jako niepewną – choć z innych powodów – sklasyfikowano dostępność faktyczną Archikatedry Poznańskiej [NMT-3]. Z uwagi jednak na kluczowe znaczenie tego obiektu dla Szlaku Piastowskiego wystosowanie noty z opcją ewentualnych sankcji nie miałoby sensu. Jednak z tego samego powodu warto rozważyć podjęcie kontaktu ze strony Rady z najwyższym szczeblem Kurii Metropolitalnej i doprowadzenie do zawarcia porozumienia o zagwarantowaniu pełnej dostępności turystycznej w oficjalnych godzinach zwiedzania, co może się odbyć bez ponoszenia jakichkolwiek kosztów ze strony parafii katedralnej. W rewanżu ze strony szlaku można zaproponować turystyczną promocję obiektu w ramach poszczególnych lat tematycznych lub projektów turystycznych albo kalendarza eventów.

Kościół Franciszkanów w Gnieźnie jest generalnie dostępny, lecz na tym kończą się jego turystyczne atuty [KAO-15, NMT-15]. Ze strony jego administratorów nie jest widoczna jakakolwiek aktywność w kierunku zwiększenia atrakcyjności obiektu

dla zwiedzających czy choćby podkreślenia piastowskich korzeni (poza wywieszoną informacją o dziejach świątyni, gdzie można o tym przeczytać), co robi wrażenie, jakby w ogóle nie byli świadomi przynależności do szlaku. Podstawowe postulaty w tym wypadku to oznaczenie obiektu, wprowadzenie czytelnej informacji o godzinach jego otwarcia, wpis na stronie www obiektu informacji o fakcie przynależności do systemu, udostępnienie węzła sanitarnego dla zwiedzających, wprowadzenie bardziej efektywnej tematykacji obiektu (opisy wnętrza lub - we współpracy z miastem - system elektronicznego przewodnictwa, możliwość nabycia informatorów o świątyni lub innych materiałach). W innym wypadku należałoby rozważyć zawieszenie, a nawet skreślenie obiektu ze szlaku – pozostając w jego przestrzeni także może być odwiedzany przez turystów w ramach lokalnej tematycznej trasy miejskiej.

Poprawa zwartości szlaku. Bez zbędnego pośpiechu powinno się przystąpić do przemyślenia i ewentualnego wdrożenia działań, które umożliwią odzyskanie zwartości szlaku. Chodzi o zredukowanie dłuższych odległości pomiędzy poszczególnymi obiektami, wynoszących więcej niż 30 kilometrów. Są one niekorzystne dla atrakcyjności systemu z punktu widzenia turystów systematycznie zwiedzających szlak: dłuższa jazda między obiektami w powiązaniu z nierzadko krótkim czasem pobytu w nich może wywoływać efekt znużenia. Taki wystąpi szczególnie wówczas, jeśli obiekt nie posiada rozwiniętej oferty dla turystów i brak w jego otoczeniu produktu uzupełniającego (np. lokalnej trasy turystycznej) oraz bazy gastronomicznej. W rekomendowanej i badanej przestrzeni szlaku odcinkami przekraczającymi przyjęte kryterium zwartości [Mikos v. Rohrscheidt 2010a, s. 143] są te między: Kaliszem a Koninem, Łądem nad Wartą a Gieczem, Poznaniem a Lubiniem oraz Gnieznem a Biskupinem (przy przyjęciu trasy pierwotnie rekomendowanej). Zwartość można poprawić przez kreacje nowych obiektów szlaku na obszarze jednej z gmin, przez który przebiega jego trasa, najlepiej jak najbliżej przebiegu wykorzystywanego przez nią ciągu komunikacyjnego. Taki obiekt niekoniecznie musiałby spełniać warunki historycznej daty powstania - na liście obiektów szlaku jest przecież aktualnie zbyt mało atrakcyjnych obiektów wykreowanych dla potrzeb turystyki. Dla spełnienia kryterium tematykacji wystarczy (i tego należałoby wymagać), by jego profil (np. tematyka wystawy czy innej oferty) był w pełni zgodny z profilem szlaku i przyjętą cezurą historyczną. Najlepiej także, by lokalizacja tych obiektów pokrywała się (co do miejscowości, w miarę możliwości także miejsca) z historycznie potwierdzonym dziedzictwem piastowskim. Po konsultacjach autora z prof. H. Kocką—Krenz [Notatka z 5. kwietnia 2012] i wspólnej kwerendzie dokumentacji historycznej i archeologicznej już w wyniku niedługich poszukiwań udało się wyznaczyć dwa dobrze udokumentowane miejsca, leżące przy najdłuższych aktualnie odcinkach

między kolejnymi obiektami szlaku. Pierwszym z nich jest **Śrem**, gdzie już w X wieku istniał ważny gród piastowski na przeprawie przez Wartę, a potem funkcjonowała kasztelania [Dzieduszycki, Fogel 1979]. Po ewentualnym wykreowaniu tam obiektu i włączeniu go do szlaku długi odcinek Poznań-Lubiń (66,2 km) uległby skróceniu w około jednej trzeciej długości. Drugim miejscem jest **Jarantów** w gminie Stawiszyn, gdzie zachowało się grodzisko z XI-XII wieku [Hensel 1953, s.201]. Miejscowość leży mniej więcej w połowie drogi między Kaliszem a Koninem (54,5 km), stanowiącej drugi najdłuższy odcinek nowego szlaku. Istniejące możliwości zagospodarowania tych miejsc są rozmaite. Po sporządzeniu pełnego zestawienia ich dokumentacji źródłowej można zaproponować władzom lokalnym, by podjęły decyzję co do pożądanego typu atrakcji i – z pomocą historyków oraz przy wykorzystaniu środków przeznaczonych na wsparcie projektów turystycznych – przystąpiły do jej realizacji. W przypadku Śremu mogłaby to być na przykład nowocześnie przygotowana ekspozycja tematyczna w miejscowym muzeum, nawiązująca do znaczenia rzek i przepraw rzecznych oraz ich zabezpieczenia we wczesnym średniowieczu, do potwierdzonej przez historyków trasy przejazdu Ottona III do Poznania i Gniezna w roku 1000 [Dzieduszycki, Przybył 2002], lub do wspomnianej administracyjnej roli i znaczenia kasztelanii. W przypadku Jarantowa mogłaby to być nawiązująca do tematyki grodu i życia w grodzie atrakcja animacji historii lub miejsce tematycznej prezentacji (wybór filmów, prezentacja 3D, elektroniczna tematyczna gra interaktywna, kombinacja tych elementów lub inna atrakcja), urządzona w sposób nie wymagający obsługi i przynajmniej początkowo (by nie generować kosztów) udostępniana lub/i uruchamiana na zgłoszenie telefoniczne turystów przez osobę odpowiedzialną lub dyżurującą na zasadzie takiej samej, jak zaproponowana dla mniejszych obiektów sakralnych.

Z kolei luka na odcinku Łąd nad Wartą – Giecz mogłaby zostać zlikwidowana, gdyby poprowadzono go inną trasą, leżącą nieco dalej na południe, z włączeniem do szlaku **Pyzdr** (15.8 km o Łądu, 34 km - przez Wrześnię – od Gieczy lub 28 km do Grzybowy). Miasteczko posiada bogatą piastowską metrykę z okresu rozbicia dzielnicowego i panowania ostatnich Piastów. Brak jednak na dzień dzisiejszy obiektów, które można by od razu wykorzystać (z zamku pozostały ruiny, z murów miejskich niewielkie fragmenty wbudowane w domy, średniowieczne kościoły zostały zupełnie przebudowane). Jednak duża przestrzeń dawnego pyzdrskiego klasztoru franciszkanów stwarza możliwości urządzenia większej wystawy. Mogłaby ona być poświęcona (o ile nie wykorzystają tych wątków aktualne obiekty szlaku) na przykład dziejom konfliktów z okresu rozbicia dzielnicowego (tu zwłaszcza w I połowie XIII wieku), konfliktów państwa polskiego z Krzyżakami, których ofiarą miasto padło w roku 1331, zabiegom o zjednoczenie państwa (pyzdrski zjazd z roku 1318 w poparciu

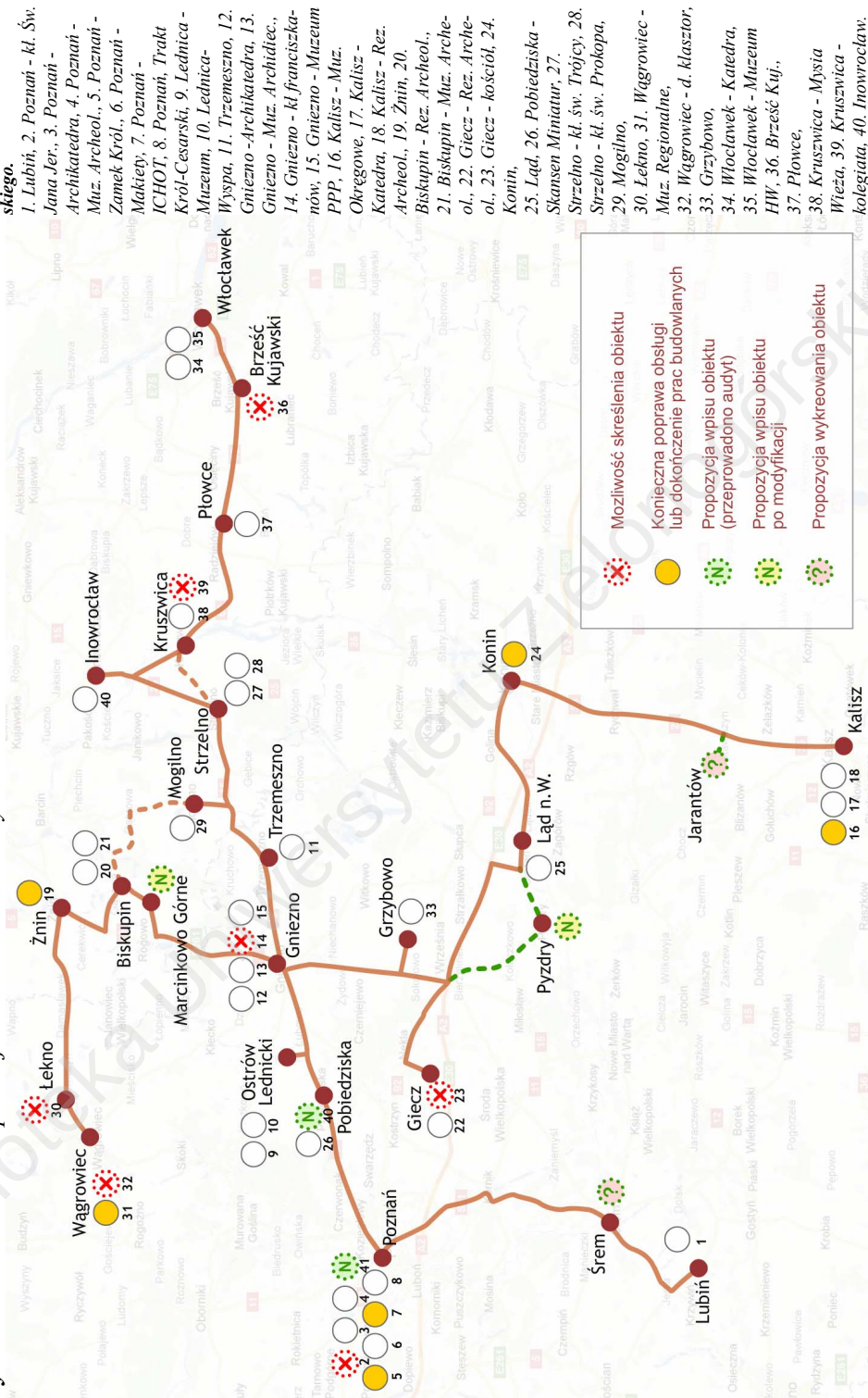
starań Łokietka o koronę) albo dziejom prawodawstwa w Wielkopolsce - tu bowiem Kazimierz Wielki (prócz wzniesienia zamku) ogłosił statuty dla tej dzielnicy w roku 1341.

Nie stoi na przeszkodzie, aby podobne atrakcje, zwłaszcza eksponujące niewykorzystane dotychczas aspekty piastowskiego dziedzictwa, pojawiły się też w innych miejscach przy trasach szlaku i na terenie gmin, przez które one przebiegają. Można przy tym wykorzystać mało dotychczas eksploatowane aspekty dziedzictwa kulturowego (np. regionalne) oraz najstarszej historii (np. gospodarczy, w tym rolniczy, na przykład w formie historycznej hodowli eksperymentalnej i powiązanego z nią rzemiosła wytwórczego). Po uznaniu tematycznej zgodności i edukacyjnej wartości takich obiektów mogłyby one w przyszłości znaleźć się na liście obiektów szlaku. Wyżej przedstawione proponowane lub rozważane zmiany w strukturze Szlaku Piastowskiego ilustruje **Rycina 37**.

4.2.2. Zalecenia w odniesieniu do obiektów

Zagwarantowanie dostępności faktycznej obiektów. Fakt, że obiektami z dostępnością ograniczoną lub niepewną są (prócz Łekna) wyłącznie kościoły (por. 2.1.5.) powinien skłonić do podjęcia rozmów z administratorami tej grupy obiektów i ich kościelnymi zwierzchnikami w celu zaproponowania im i wspólnego ustalenia jednolitego standardu ich udostępniania dla turystów, a następnie wpisania go w ramy dwustronnych porozumień między szlakiem (gminami?) a odpowiedzialnymi za te obiekty. W przypadku wielu obiektów z ograniczoną lub niepewną faktyczną dostępnością chodzi o takie, w których na bieżąco nie dyżuruje personel, ponieważ aktualnie niewielka liczba turystów i związana z tym nikła skala ewentualnych opłat nie usprawiedliwia takiego wydatku ze strony administratora. Rozwiązanie zaproponowane powyżej (4.1.5.3.1.) gwarantujące dostępność bez stałego otwarcia obiektu można stosować w kościołach w mniejszych miejscowościach (np. w Gieczu, w Brześciu Kujawskim) a także w przypadku plenerowych tras archeologicznych (np. w niedalekiej przyszłości w Łeknie) lub w obiektach w przestrzeni szlaku – na przykład w małych lokalnych muzeach, prywatnych ekspozycjach i innych potencjalnie atrakcyjnych dla turystów obiektach, stanowiących społeczną lub prywatną własność.

Ryc. 37. Postulowane lub potencjalnie konieczne zmiany w strukturze SP.



Źródło: opracowanie własne

Parkingi przy obiektach Szlaku. W tym elemencie infrastruktury (por. 2.1.6.) powinno zostać zamkniętych kilka luk stwierdzonych przez badanie terenowe. Należy odpowiednio oznaczyć miejsca parkingowe dla samochodów i autokarów w Gieczu (przy kościele) i w Łądzie nad Wartą. Miejsca parkingowe dla samochodów i autokarów najpóźniej w chwili uruchomienia wystawy lub trasy powinny zostać stworzone po otwarciu wystawy lub trasy w Łeknie. Miejsce parkowania dla autokaru lub autokarów powinno zostać stworzone przy kościołach w Gieczu i Brześciu Kujawskim, a trwale jako takie oznaczone - przy wystawie muzealnej Muzeum PP na Lednicy, w Łądzie nad Wartą i w Trzemesznie. Wydzielone parkingi dla autokarów należy stworzyć przy obiektach szlaku w Kaliszu (Katedra i Muzeum Okręgowe) oraz w Gnieźnie (Muzeum PPP). Ponadto, w miarę istniejących możliwości należałoby przenieść bliżej obiektu lub lepiej z nim skomunikować miejsca dla autokarów przy muzeum we Włocławku. Należy także dokładnie oznaczyć drogę z parkingu do obiektu w Żninie, Gnieźnie (archikatedra, Muzeum Archidiecezjalne, kościół Franciszkanów, w Wągrowcu (obiekt pocysterski) i w Poznaniu (Muzeum Archeologiczne, Zamek Królewski, Makietą Grodu) oraz zaopatrzyć parkingi w plany sytuacyjne nie tylko z oznaczeniem samego obiektu (często widocznego z daleka, jak w Gnieźnie) ale też drogi i wejścia do niego, by turyści nie byli zmuszeni krążyć wokół obiektu, szukając wejścia (casus katedry w Gnieźnie).

Oznaczenie obiektów własnymi znakami i tablicami Szlaku Piastowskiego.

W tym zakresie stan stwierdzony przez badanie (2.1.6) jest krytyczny: z wyjątkiem pięciu obiektów (Wyspy Lednickiej, obydwu w Kruszwicy oraz tych w Inowrocławiu i Trzemesznie) żaden inny obiekt Szlaku Piastowskiego nie jest „in situ” oznaczony jego logo lub innym symbolem tego systemu. Jednocześnie większość obiektów posiada własne oznaczenia lub oznaczenia innych systemów eksploatacji turystycznej. Jakkolwiek przyczyny tego stanu rzeczy mogą tkwić w nierozwiązanej do dziś kwestii standardu oznaczeń (por. 4.1.5.4.) to jest on nie do przyjęcia tak z punktu widzenia symbolicznego wyróżnienia obiektów w przestrzeni, orientacji turystów w terenie, jak i promocji szlaku wykorzystującej efekt synergii we wspólnym zabieganiu o turystów. Dlatego konieczne jest pilne wdrożenie zaleceń sformułowanych w przywołanym podrozdziale w stosunku do obiektów tam wymienionych.

Urządzenia sanitarne i ich udostępnienie. Powszechnie przyjęte standardy współczesnej turystyki na naszym kontynencie nie dopuszczają możliwości funkcjonowania obiektów udostępnianych do zwiedzania bez możliwości skorzystania z toalety z umywalką. Należy je zatem w trybie pilnym stworzyć (lub tam, gdzie są, ale tylko dla pracowników - udostępnić turystom w następujących miejscach: w otoczeniu

Słupa Konińskiego, w Makiecie Grodu Poznańskiego, obok stanowiska archeologicznego w Łeknie, obok kościoła w Gieczu, katedry we Włocławku, kościoła w Brześciu Kujawskim, Pomnika w Płowcach, kolegiaty w Kruszwicy, kościoła Imienia NMP w Inowrocławiu, archikatedry w Gnieźnie, kościoła Franciszkanów w Gnieźnie, katedry w Kaliszu. Z kolei istniejące węzły sanitarne przy poznańskim kościele Św. Jana, w muzeach w Żninie, Wągrowcu i Kaliszu, przy kościołach w Mogilnie i Trzemesznie oraz na terenie zespołu w Łądzie należy wyraźnie oznaczyć.

Poprawa dostępności komunikacyjnej niektórych obiektów. Zalecenie odnosi się w szczególności do obiektów położonych w bardzo małych miejscowościach, w których poblizko nie da się dojechać pociągiem i w otoczeniu których nie ma przystanku autobusowego dobrze uczęszczanej linii – jako przykłady niech posłużą znajdujące się w takiej sytuacji Giecz, Łekno, Łąd nad Wartą, Grzybowo, ale po części także Strzelno, Lubiń i Ostrów Lednicki. Podobnie jak w przypadku obiektów noclegowych skala inwestycji przekraczałaby tu możliwości samorządu lokalnego lub obiektu, a wprowadzanie przez przewoźnika publicznych kursów liniowych dla samych tylko turystów przy aktualnej skali ruchu turystycznego byłyby nieefektywne ekonomicznie. Alternatywą stosowaną przez szereg szlaków turystycznych z krajach z rozwiniętą ofertą kulturową mogłaby być sezonowa linia turystyczna, obsługiwana przez szlak lub współpracującego z systemem prywatnego przewoźnika na zlecenie samorządu albo koordynatora szlaku. Jednak przy aktualnym stanie oferty większości z tych obiektów i poziomie ich atrakcyjności dla turysty sukces takiego rozwiązania jest trudny do osiągnięcia. Dylemat typowego turysty brzmi bowiem: czy warto jechać pół godziny w jedną i drugą stronę, żeby w pięć minut zobaczyć wszystko, co jest do obejrzenia?). Na pewno nie można też oczekiwać od koordynatora ani gestorów szlaku finansowania takiego projektu. Można by to rozważyć tylko w przypadku silnych samorządów, na których terenie w różnych miejscowościach leżą ważne obiekty szlaku i tylko w odniesieniu do dni szczególnie dużego ruchu turystycznego (np. w powiecie gnieźnieńskim w długie weekendy wiosny i lata, a z czasem może w każdy weekend sezonu na zlecenie zarządu powiatu prywatny usługodawca mógłby w odstępie 2 godzin wozić odpłatnie turystów na Lednicę, przekazując zleceniodawcy określony udział w zyskach w zamian za promocję usługi – z drugiej strony ewentualny deficyt wyrównałby powiat).

Turyści nie zmotoryzowani nadal stanowią znaczny odsetek zwiedzających, rośnie także grupa turystów świadomie na czas urlopu/weekendu rezygnujących z posługiwania się własnymi pojazdami. Dlatego - w oczekiwaniu na poprawę i modernizację oferty samych obiektów i przy założeniu wdrożenia standardów ich udostępnienia -

oferta szlaku skierowana do tej grupy konsumentów powinna skoncentrować się na propozycjach zakładających aktywność samych turystów. Należy więc podjąć starania o jak najszybsze zaplanowanie i realizację wspomnianego już (por. 4.1.3.3.) systemu dróg rowerowych w przestrzeni szlaku z siecią współpracujących wypożyczalni rowerów. Można także rozważyć wprowadzenie wypożyczalni pojazdów rekreacyjnych - jak wózki elektryczne w większych miejscowościach na poszczególnych odcinkach szlaku, z jednoczesnym wytyczeniem tras między obiektami poza głównymi ciągami komunikacyjnymi, aby powstała możliwość dotarcia z ich wykorzystaniem – obok wszystkich obiektów kluczowych szlaku – właśnie do takich małych miejscowości z ich obiektami na uboczu. Stworzenie takiej sieci i zadbanie o pełną i aktualną informację na temat jej działania może nie tylko zwiększyć zainteresowanie systemem, ale także przynieść zwiększenie zysku organizatorów szlaku i jego partnerów (usługodawców) dzięki bezpośredniej obsłudze turystów w tej dziedzinie. Postulat minimum w ramach udostępnienia słabo skomunikowanych obiektów wydaje się umieszczenie dokładnych i stale aktualizowanych informacji dotyczących usług transportowych pomiędzy miejscowościami szlaku na jego portalu internetowym, na portalach poszczególnych obiektów i w wydawanych informatorach i przewodnikach, odnoszących się do oferty szlaku.

Yield management w obiektach Szlaku Piastowskiego. Wzrostowi ilości odwiedzin w obiektach może także służyć polityka cenowa. Poziom wydatków na bilety wstępu, ustalony wśród zwiedzających szlak jako około 50 złotych na osobę (3.1.6.) świadczy o nikłym wykorzystaniu oferty zwiedzania płatnych wystaw. Zmianie tego stanu, obok szerszego wprowadzenia biletów rodzinnych może służyć przynajmniej w niektórych obiektach szlaku zastosowanie techniki „*yield management*”, opisywanej i postulowanej przez badaczy turystyki [Pawlicz 2012, s. 16], lub przynajmniej uzgadnianie autonomicznej polityki cenowej obiektu ze strategiami i technikami optymalizacji, na podstawie badań opracowanymi także dla współczesnego polskiego rynku atrakcji turystycznych [Nowacki 2009, s. 210-217]. W przypadku większości obiektów Szlaku Piastowskiego wdrożenie wskazanych technik polegałoby na różnicowaniu cen biletów w zależności od liczby nabywanych usług (co wpłynie na decyzje wrażliwych cenowo organizatorów turystyki i niektórych turystów indywidualnych) oraz różnicowaniu cen w zależności od czasu nabycia biletu, w efekcie czego wrażliwi cenowo turyści skorzystają z oferty poza godzinami szczytu. Kolejnym krokiem, wykraczającym poza jeden obiekt jest sieciowanie oferty z możliwością nabywania w każdym ze współpracujących obiektów biletu łącznego obejmującego także szereg innych atrakcji, co łączyłoby się z zastosowaniem w owym pakiecie ceny niższej niż suma poszczególnych składowych. Inicjatorem takich systemów,

a może i mediatorem koniecznych negocjacji między partnerami może być podmiot koordynujący szlak, który we współpracujących punktach obsługi turystów mógłby zapewnić także dystrybucję biletów.

Strony i portale internetowe obiektów - interaktywność oraz integracja z portalem szlaku. Większość samodzielnych i autonomicznych portali obiektów szlaku posiada tylko opcję kontaktu mailowego, to jest narzędzie prostej komunikacji między odbiorcą a administratorem. Najczęściej brak jest formularzy umożliwiających standardowe zapytania ofertowe oraz zamówienia usług, praktycznie nieobecne są interaktywne formularze zamówień pakietowych. W tego rodzaju komunikacji kontaktowy adres mailowy, wymagający formułowania całej treści „listu” jest dla zamawiającego niewygodny i może odstręczać go od podjęcia kontaktu i złożenia ewentualnego zamówienia. Rozwiązanie tego problemu może dokonać się we współpracy w ramach szlaku. Ponieważ własne portale obiektów powinny być trwale powiązane z portalem Szlaku Piastowskiego (4.3.4), ten zaś, jeśli ma efektywnie spełniać swe rozliczne zadania, musi zawierać rozwinięte interaktywne formularze - przedmiotem porozumienia między obiektami i szlakiem oraz pracy zespołu informatyków winno stać się opracowanie i wdrożenie takiego rodzaju połączenia, które włączałoby moduł interaktywny w portal obiektu powiązanego ze szlakiem i jednocześnie zapewniało korzystanie z opcji interaktywnej komunikacji i obsługi, które ten moduł będzie zawierał. W tej sytuacji nie ma także potrzeby tworzenia własnych portali dla mniejszych obiektów, które ich dotychczas nie posiadają lub których strony nie zawierają modułów interaktywnych. Rozwiązaniem dla nich będzie tworzenie ich modułów autonomicznych w ramach portalu szlaku. Posiadają one wszystkie zalety własnej strony, gwarantują stałą łączność z systemem informacji, oferty i promocji szlaku, a jednocześnie nie wymagają regularnego monitoringu ze strony administratorów obiektów, ograniczających się do aktualizowania informacji, jeśli sami uznają to za potrzebne.

Ekspozycje w obiektach. Jakkolwiek zrozumiałym jest, że niektóre typy obiektów, w tym zwłaszcza sakralne nie potrzebują wystaw (choć mogą je urządzić, o czym świadczy przykład Strzelna) a podstawowym elementem ich oferty turystycznej jest samo zwiedzanie zabytkowej substancji, to na liście obiektów szlaku istnieje kilka, w przypadku których pilnie należy zalecić **urządzenie tematycznej wystawy**. Obok wymienionych wyżej stanowiska archeologicznego w Łeknie, Konińskiego Słupa Milowego i klasztoru w Wągrowcu, gdzie ekspozycje pilnie należy stworzyć oraz wspominanych już muzeów w Żninie, Kaliszu i Wągrowcu - gdzie potrzebna jest ich przebudowa i unowocześnienie, zdecydowane warto rozważyć także stworzenie sta-

łej ekspozycji tematycznej w (lub przy) Mysiej Wieży w Kruszwicy, przy pomniku w Płowcach, kościele Franciszkanów w Gnieźnie, kościele w Gieczu, być może także przy kościele Św. Jana Jerozolimskiego w Poznaniu.

Należy także starać się o **modernizację i rozbudowę** ubogich i mało atrakcyjnych ekspozycji w Lubiniu, Łądzie nad Wartą i Trzemesznie, najlepiej z wprowadzeniem lokalnych wątków uzupełniających ofertę Szlaku Piastowskiego o nieobecne w niej dotychczas aspekty. Dobrym przykładem mogłaby być biografia Władysława Łaskonogiego i nieodłącznie z nią związany wątek nieustannych konfliktów piastowskich krewniaków w epoce rozbitcia dzielnicowego, która mogłaby wykorzystać lubiński klasztor, gdzie prawdopodobnie władcę tego pochowano.

Przy planowaniu i realizacji rozbudowy i modernizacji wystaw w poszczególnych muzeach należy zadbać o to, by przynajmniej jedna wystawa stała miała charakter **multimedialny**. W innym przypadku obiekt nie pozyska dla swojej oferty dużej grupy turystów, zorientowanych na tę grupę ekspozycji i przyzwyczajonych do takich standardów. Potrzebę nowoczesnej oferty wystawienniczej artykułowali pytani eksperci [WE-12; 24]. Realizujący ekspozycje w wymienionych miejscach powinni mieć na uwadze zamieszczone w niniejszym opracowaniu (1.1.2.) uwagi na temat roli i efektywności wystaw narracyjnych, w szczegółowych kwestiach korzystając z przytoczonych tam oraz innych analiz dotyczących tej problematyki. W odniesieniu do zagadnień technicznych szereg pożytecznych wskazówek zawiera natomiast przywoływane już opracowanie G. Matta [2006, s. 109-148]. Realizując postulat **interaktywności** ekspozycji (tych samych lub innych), przy opracowaniu ich treści i towarzyszącej jej narracji należy kierować się głębszym rozumieniem tego terminu. Jego istotą nie jest mianowicie wyłącznie umożliwienie zwiedzającemu jakiegokolwiek aktywności (np. opcji wyświetlania tego lub innego opisu albo zmiany położenia eksponatu), lecz możliwość nawiązania dialogu z eksponatem lub całościowym przekazem ekspozycji (por. rozdz. 1.2.4) oraz z rzeczywistością, którą on (re)prezentuje. Oznacza to konieczność przygotowania narracji alternatywnych (m.in. podawanych z punktu widzenia historycznych stron konfliktu, rywali politycznych lub przedstawicieli różnych grup społecznych), przedstawienia do wyboru zwiedzającego informacji uzupełniających odnoszących się do rozmaitych aspektów danego wydarzenia lub procesu oraz jego szerszych okoliczności, oraz udostępnienia mu szerokiej gamy opcji prezentacyjnych i przeżyciowych. W miarę możliwości technicznych powinny się wśród nich znaleźć także możliwości wyboru przez zwiedzającego perspektywy naocznego widza wydarzeń (w zaaranżowanej przestrzeni) lub ich uczestnika (w wirtualnej symulacji) – w tym ostatnim przypadku z możliwością wpłynięcia ich przebieg. Wystawy powinny także stwarzać zwiedzającym moż-

liwość wyrażenia i zapisu ich stanowiska w stosunku do doświadczanej rzeczywistości.

Przy tworzeniu poszczególnych ekspozycji należy koniecznie zwrócić uwagę, by ich tematyka nie powielala się w ramach szlaku, niepotrzebnie obniżając atrakcyjność wycieczek w ramach systemu. Nie da się tego uniknąć całkowicie, jednak przy powtarzaniu głównych elementów ogólnej narracji historycznej należy zwracać uwagę na poszczególne jej aspekty, dobrze zakorzenione w lokalnej historii lub szczególnie dobrze udokumentowane w dostępnych reliktach (np. struktura wałów grodowych, unikalna lokalizacja grodu lub podgrodzia, wydarzenie z lokalnej historii, szczególnie silny kult jakiejś postaci i inne). Nie powinno być także przypadków sporządzania kopii cennych eksponatów, znajdujących się w innych miejscach w oryginale. Wprowadzenie programu wystaw w skali szlaku (4.1.2.4.), przestrzeganie zasady konsultowania programów wystaw i ich wzajemnego uzupełniania się podniesie różnorodność oferty szlaku i przyczyni się do wzrostu jego atrakcyjności, pozwoli też uniknąć niekorzystnej dla wszystkich konkurencji. Optymalnym miejscem do konsultacji mogą być spotkania gremiów związanych z funkcjonowaniem Szlaku Piastowskiego.

Powszechna dostępność usługi przewodnictwa w obiektach. Dla obiektów, w których nie istnieje oferta oprowadzania, nawet na wcześniejsze zamówienie: kościoła Św. Jana Jerozolimskiego w Poznaniu, kościoła w Trzemesznie, kościoła Franciszkanów w Gnieźnie i katedry kaliskiej a także dla obiektów, w których istnieje tylko obsługa polskojęzyczna a pojawiają się choćby sporadycznie zagraniczni turyści, lub nawet dla tych, gdzie przewodnika trzeba z góry zamawiać (por. 2.1.7.4.), należy rozważyć opracowanie i wdrożenie (w razie potrzeby z finansową pomocą samorządów, w tym regionalnych) nowoczesnych systemów informacyjnych z wykorzystaniem Internetu (a konkretnie - obsługiwanych przez coraz powszechniejsze smartfony audio-video-guide'ów), umożliwiających zwiedzanie bezobsługowe. Jak długo to nie zostanie zrealizowane oraz dla obsługi turystów nie dysponujących takimi urządzeniami, należałoby wdrożyć system umożliwiający oprowadzanie w tych obiektach na zamówienie przez przewodników z pozostałych, bliższych geograficznie obiektów szlaków. Zainteresowane grupy turystyczne zamawiałyby ich np. za pośrednictwem administratora obiektu lub witryny internetowej szlaku, na której powinien zostać wprowadzony odpowiedni moduł.

Sieciowanie i pakietyzacja oferty obiektów szlaku. W pierwszym przypadku chodzi o działania ukierunkowane na zwiększenie liczby zwiedzających, realizowane w skali lokalnej (w jednej miejscowości, gminie, w obiektach położonych niedaleko

od siebie) lub w ramach trasy tematycznej. Działanie takie może objąć kilka obiektów szlaku, w tym przede wszystkim ekspozycji muzealnych, można także włączać do nich inne atrakcje antropogeniczne na danym terenie. Polega ono głównie na objęciu rabatem we wszystkich uczestniczących obiektach cen wstępu dla osób decydujących się na zwiedzenie danej grupy obiektów (lub na zaproponowaniu im innej atrakcyjnej oferty) z jednoczesnym skierowaniem skutecznej informacji o tym do zwiedzających wszystkie obiekty. Z kolei pakietyzacja – czyli powiązanie oferty muzeum lub innej atrakcji turystycznej z propozycjami innego rodzaju, np. umożliwienie zwiedzającym w ramach pakietu uczestnictwa w eventach kulturalnych lub sportowych [Heinze 2002, s. 90], zakupów na korzystnych warunkach w określonych miejscach, czy zaoferowanie im rabatów lub dodatkowych świadczeń w miejscowych restauracjach i hotelach pociąga za sobą zwiększenie atrakcyjności ich pobytu w danym obszarze i zachęca do przedłużenia go z korzyścią dla miejscowości i szeregu usługodawców (głównie z sektora noclegowego i gastronomicznego), którzy w ten sposób stają się partnerami szlaku, otwartymi na inne wspólne przedsięwzięcia (np. współfinansowanie projektów promocyjnych, w tym kosztownych podróży medialnych). O ile sieciowanie, wymagające szczegółowo przemyślanych zasad i porozumień może mieć miejsce w skali całego szlaku, to pakiety realizowane w różnych wersjach i z wykorzystaniem rozmaitych modeli mogą być wprowadzane dość szybko. Te ostatnie najprędzej należałoby tworzyć tam, gdzie z jednej strony ruch turystyczny odbywa się w skali daleko mniejszej od oczekiwań miejscowych usługodawców, turystom trudniej znaleźć gotowe oferty, a z drugiej sami usługodawcy są przekonani do idei szlaku i rozumieją szanse wynikające z jego funkcjonowania dla ich oferty. Mogą to być m.in. okolice Giecza i Grzybowa, Żnina, Kruszwicy, Strzelna, Mogilna i Radziejowa.

4.2.3. Zalecenia w odniesieniu do usług w przestrzeni szlaku

Wprowadzenie tematycznej oferty kulinarnej. Audyt wykazał jej zupełny brak w przestrzeni szlaku, jednocześnie postulat jej utworzenia obecny jest nie tylko w opracowaniach odnoszących się do szlaków kulturowych [Mikos v. Rohrscheidt 2010a, s.363n] ale także w opiniach niektórych pytaných ekspertów [WE-30]. Skojarzenie „kuchni regionalnej” z ofertą szlaku przez badanych turystów na poziomie 2.88 (rozdz. 3.1.5) jest oceną słabą. Z drugiej strony zauważalnie duża (12.8% u turystów na szlaku, 11.7% - u turystów w obiektach) liczba wskazań wśród preferencji turystycznych na restauracje z tradycyjnym menu potwierdza, że polscy turyści kulturowi coraz bardziej upodabniają się do tych z zachodniej Europy, dla których oryginalna oferta kulinarna, najlepiej posiadająca autentyczną metrykę historyczną, odgrywa znaczną rolę podczas wycieczek i którzy traktują ją jako integralny element

takiego wyjazdu. Fakt ten powinni zauważyć oferenci usług gastronomicznych w przestrzeni szlaku, w szczególności właściciele lokali położonych w sąsiedztwie jego obiektów. Ze względu na jej znaczenie jako urozmaicenia oferty tematycznej szlaku należy rozważyć możliwości i sposoby stworzenia bazy recept kuchni tematycznej (a więc „piastowskiej”), opracowanych lub potwierdzonych na podstawie źródeł historycznych, a zwłaszcza badań archeologicznych. Tę bazę powinno się następnie udostępnić obiektom szlaku i gminom, od nich z kolei powinny wyjść impulsy dla lokalnego biznesu w kierunku wprowadzania takiej oferty w lokalach. Stwierdzony popyt powinien też skłonić administratorów niektórych obiektów posiadających odpowiednie warunki przestrzenne do przemyślenia możliwości wprowadzenia regionalnej, tradycyjnej a w miarę możliwości nawet tematycznej (związanej z jego profilem lub dziejami) oferty gastronomicznej na terenie samego obiektu, co od dawna stanowi standard w kompleksach zabytkowych i muzeach zachodniej Europy i przyczynia się do wzrostu bezpośrednich zysków czerpanych z turystyki. System zachęt i wsparcia logistycznego (organizowany przez koordynatora a finansowany przez samorządy, w tym regionalne) może obejmować z jednej strony jednorazowe szkolenie dla personelu w tej materii (w tym zapoznanie z recepturami, wspólne warsztaty kulinarne) - z drugiej – promocję oferty kulinarnej lokali w kanałach informacyjnych i promocyjnych szlaku, a ze strony obiektów - bezpośrednio wobec zwiedzających je turystów, na przykład przez informacje na stronach www obiektów, bannery, ulotki, kupony itd.

Informacja o noclegach. Wśród turystów zwiedzających obiekty szlaku wielu, bo aż 7.8%: nie wie jeszcze, gdzie zanočuje, choć wyraża taką chęć (3.2.4.). Ten fakt powinien być dla lokalnych organizatorów turystyki oraz pracowników punktów informacji impulsem do przygotowania i dystrybucji (w tym także przez pośrednictwo zwiedzanych obiektów) dobrze opracowanej informacji o lokalnej ofercie noclegowej. Informacja taka powinna przede wszystkim dotyczyć lokalnych pakietów, ponieważ wówczas prócz zwiększenia skali wykorzystania noclegów jej efektem może być zwiększenie zainteresowania uwzględnionymi w nich (innymi) obiektami szlaku, a w przypadku osób poszukujących noclegu poza przestrzenią szlaku - zmiana wyboru miejsca na leżące w okolicy bardziej nasycone potencjalnymi atrakcjami, w pobliżu zwiedzanych obiektów i objęte pakietem.

Usuwanie białych plam na mapie usług gastronomicznych. Tam, gdzie stwierdzono zupełny brak usług tego rodzaju w miejscowości z obiektem szlaku (Łekno, Lubień, Giecz, Grzybowo, Łąd nad Wartą, por. rozdz. 2.2.3), samorząd powinien podjąć starania lub przynajmniej zastosować leżące w jego możliwościach instrumenty

zachęt w celu stworzenia choćby najskromniejszego punktu gastronomii w pobliżu obiektu szlaku. Funkcjonowanie lokalu gastronomicznego tworzy sposobność do przedłużenia pobytu w obiekcie lub w jego otoczeniu po zwiedzaniu, tym samym pojawia się możliwość rozwinięcia pobytu w danym miejscu do pełnego modułu wycieczki kulturowej (która zazwyczaj składa się z 2-3 takich modułów dziennie). To może w konsekwencji zachęcić inne obiekty potencjalnie atrakcyjne oraz ewentualnych usługodawców do turystycznego udostępnienia obiektów lub do stworzenia albo rozwinięcia swojej oferty (np. prywatnej wystawy, miejsca wypoczynku), co z kolei przekłada się na atrakcyjność miejscowości i bliskiej okolicy. Z drugiej strony dla wielu turystów rozważających wpisanie wizyty w danym miejscu do swojego planu zwiedzania szlaku istnienie lub nieistnienie oferty gastronomicznej jest częstokroć - obok atrakcyjności samego obiektu - kluczowym czynnikiem decyzji o podjęciu nierzadko wielokilometrowej i długotrwałej jazdy w jej kierunku [WE-18, Giecz]. Pozytywny przykład z Lubinia: ponieważ odległości 6 kilometrów do najbliższego lokalu gastronomicznego jest stanowczo zbyt duża, klasztor sam zdecydował się uwzględnić punkt gastronomii w ramach rozpoczynanej właśnie realizacji rozbudowy swojego domu gościnnego.

Uzupełnienie bazy noclegowej. Wyniki badania wskazują na poważne luki w ofercie noclegowej w przestrzeni Szlaku Piastowskiego (rozdz. 2.2.2), zwłaszcza braku hoteli klas ekonomicznych (1* i 2**) w wielu miejscowościach szlaku. Między innymi z powodu tej ułomnej struktury bazy noclegowej bardzo niskie są wydatki turystów na zakwaterowanie – osiągając poziom zaledwie od około 90 do około 140 złotych na osobę (por. rozdz. 3.2.3.; 3.2.5), dodatkowo w rozbiciu na dwa do trzech noclegów w trakcie przeciętnego pobytu w przestrzeni szlaku. Wynika to ze struktury wykorzystywanych przez turystów noclegów. Przeważają wśród nich pensjonaty i kwatery prywatne, poważny udział mają tanie noclegi masowe (campingi i schroniska), stosunkowo dużo noclegów odbywa się bez udziału podmiotów komercyjnych („u znajomych”), a tylko niewielki udział mają hotele. W tym kontekście jako oczywisty jawi się postulat podejmowania działań zmierzających do uzupełnienia bazy hotelowej. W kontekście poważnych kosztów i znacznego ryzyka inwestycyjnego, wiążącego się z budowaniem obiektów noclegowych nie jest oczywiście możliwe bezpośrednie zaangażowanie samorządów ani tym bardziej obiektów szlaków w większe przedsięwzięcia tego rodzaju. Z drugiej strony wydzielenie pokoi gościnnych dla kilku osób podróżujących indywidualnie nie zawsze musi być problemem, na co wskazuje sytuacja w poznańskim Muzeum Archeologicznym – ten przykład mógłby znaleźć naśladowców szczególnie w większych obiektach poklasztornych, gdzie łatwo wygospodarować kilka pomieszczeń. Natomiast w kontekście

przebudowy oferty systemu i otwierania się na różne grupy turystów, samym samorządom warto zalecić działania o dłuższej perspektywie czasowej. Należą do nich: tworzenie sprzyjających warunków dla przyciągnięcia inwestycji hotelowych w konkretnych, szczególnie brakujących klasach lub nawet wspieranie takiej budowy za pomocą wsparcia logistycznego, przejęcia części kosztów uzbrojenia terenu czy czasowej rezygnacji z części podatków gminnych.

Nie zawsze konieczna jest budowa: w niektórych miejscach mniej kosztowna byłaby modernizacja oferty istniejącego obiektu, która może mu przynieść standard zgodny z kategoryzacją hotelową. Tak może być na przykład w przypadku pensjonatu Dwór Sopliców w Cichowie koło Lubinia, który łatwo mógłby otrzymać hotelowe dwie gwiazdki. W utrzymaniu takiego obiektu mógłby z kolei pomóc – nie ponosząc kosztów - miejscowy obiekt Szlaku Piastowskiego. Formą zachęty do jego stworzenia może być ustalenie między obiektem a inwestorem, potwierdzone w formie dwustronnego porozumienia, zapewniające np. z jednej strony pierwszeństwo w korzystaniu - i ewentualny rabat - dla gości imprez organizowanych w obiekcie szlaku (zlotów, konferencji, eventów cyklicznych, warsztatów) z drugiej zaś zawierające deklarację nie tylko promocji gestora noclegów przez informacje wywieszone i wyłożone w obiekcie szlaku, ale także korzystania w warunkach porównywalności ofert w pierwszym rzędzie z jego usług noclegowych i być może gastronomicznych lub cateringu.

Na podstawie stwierdzonych w trakcie audytu braków i w odniesieniu do konkretnych przypadków propozycjami wartymi rozważenia byłyby: 1) wsparcie dla budowy hotelu dwu-lub maksymalnie trzygwiazdkowego o wielkości umożliwiającej przyjęcie jednej wycieczki autokarowej (plus kilka miejsc) w mniejszych miastach na szlaku, takich jak Strzelno, Kruszwica, Mogilno czy Brześć Kujawski, 2) wsparcie budowy hostelu lub hotelu jednogwiazdkowego albo przebudowy w celu osiągnięcia tego standardu w gminach Gąsawa, Radziejów i Krzywiń, 3) wsparcie budowy hostelu lub schroniska turystycznego w Trzemesznie – istniejący tam trzygwiazdkowy hotel obsłuży grupę gości o zasobniejszych kieszeniach, ale już nie zwolenników plecakowej turystyki kulturowej. 4) Wspierać większe pensjonaty lub zadbać o przyciągnięcie inwestora w celu budowy hotelu ekonomicznego 1* lub hostelu warto także w Kruszwicy, Strzelnie, Żninie, Pobiedziskach, Łubowie, Inowrocławiu i Włocławku - na dzień dzisiejszy nie istnieje tam oferta odpowiednia dla turystów ekonomicznych, lecz oczekujących spełnienia podstawowych standardów. 6) Potrzebne jest podjęcie starań o powstanie jakiegokolwiek zaplecza noclegowego, stanowiącego alternatywę dla nie kategoryzowanych prywatnych pokoi i mogącego pomieścić większą grupę gości (jak hostel lub schronisko) konieczne jest w gminach Dominowo, Łądek, oraz w wiejskiej gminie Wągrowiec. 7) Należy zachęcić

administratorów obiektów sakralnych w Łądzie nad Wartą, Mogilnie i Wągrowcu do inwestycji w niedrogie miejsca noclegowe, odpowiadające klasą jednogwiazdkowemu hotelowi lub dobremu hostelowi (wzorem właśnie realizowanej takiej inwestycji w Lubiniu). 8) Z kolei w Płowcach wystarczyłaby zapewne dobra współpraca gminy z właścicielem zajadu i obiektu noclegowego, mieszczącego się obok pomnika i wspieranie go w tworzeniu tam turystycznej oferty uzupełniającej – w zamian za zobowiązanie do opieki nad pomnikiem.

Lokalna informacja turystyczna: korekta czasu funkcjonowania i poprawa kompetencji.

Godziny i dni otwarcia lokalnej informacji muszą zostać dostosowane do faktycznych potrzeb turystów, zwłaszcza indywidualnych (zorganizowane grupy, w tym szkolne, posiadają program i z góry zamówione usługi i nie mają potrzeby z niej korzystać). Odwiedzający indywidualni w przypadku Szlaku Piastowskiego są w większości albo turystami weekendowymi (często korzystającymi z tzw. długich weekendów), albo są to turyści wakacyjni, zjawiający się przynajmniej tak samo często (jeśli nie częściej) w soboty i niedziele jak w dni robocze – i oczywiście bez stosowania się do biurowych godzin pracy. Kuriozalne w tym kontekście godziny otwarcia punktów informacji turystycznej tylko w dni robocze i w godzinach od rana do 15.00 lub 16.00, stwierdzone np. w Pobiedziskach, Gąsawie, Kruszwicy i Mogilnie powinny ulec zmianie i objąć dni weekendu (w zamian można przełożyć codzienną godzinę otwarcia punktu np. na 10.00, bo wcześniej mało który turysta korzysta z informacji). Jeśli konieczne jest ustalenie wolnego dnia lub nawet dwóch dni w tygodniu, to powinien to być dzień w środku tygodnia i najlepiej zamiennie w sąsiednich gminach, przy dostarczeniu wzajemnie aktualnej bazy informacji. W takiej sytuacji w dzień wolny w danym miejscu można przełączyć przychodzące połączenia telefoniczne do tego sąsiedniego punktu informacji, a przy wejściu (lub w witrynie) wywieszać na dużej tablicy jego numer, tym samym umożliwiając turystom uzyskanie potrzebnych mu informacji za pomocą telefonu. Opisany powyżej system pracy powinien być także od początku zastosowany we wszystkich otwieranych punktach informacji turystycznej.

Kompetencja pracowników informacji musi obejmować miejscowe usługi, ale i całą ofertę Szlaku Piastowskiego. Oznacza to regularne abonowanie newsletterów szlaku, codzienny przegląd jego portalu informacyjnego przez pracowników, zaopatrywanie się w aktualną literaturę i jej udostępnianie do nabycia przez turystów (stosując zasadę sprzedaży komisowej nie ponosi się ryzyka finansowego). Po ich pojawieniu się w każdej informacji turystycznej powinny być dostępne kalendarze eventów w prze-

strzeni szlaku z zestawieniami na każdy kolejny tydzień, choćby jako komputerowe wydruki plików PDF.

Należy przy tym zadbać, by nie zdarzały się sytuacje, stwierdzone podczas audytu [PBU], gdy pracownik informacji nie znają nawet w stopniu komunikatywnym żadnego języka obcego, nie wiedzą o istnieniu obiektów noclegowych danej kategorii w swojej miejscowości, nie umieją posłużyć się Internetem do sprawdzenia rozkładu jazdy albo wysyłają turystę do restauracji, która nie została jeszcze otwarta, bo działa sezonowo. Funkcjonowanie takich pracowników w strategicznych ogniwach systemu, jakimi są zawsze ośrodki informacji powoduje w rezultacie obiektywną szkodę dla image szlaku oraz dla oceny samej miejscowości. Należy odpowiedzieć sobie na pytanie, czy ważniejszą dla gminy sprawą jest zatrudnienie konkretnej osoby, czy poprawa jakości obsługi i dobre oceny klientów, które ona może stopniowo spowodować.

Stały przepływ informacji między obiektami nie musi odbywać się tylko przez pośrednictwo koordynatora, co przy prężnie działającym systemie z dużą siecią powiązań mogłoby być uciążliwe dla niego samego. Prowadzona przez niego *mailowa lista dyskusyjna*, którą można założyć w każdej chwili, dostępna wyłącznie dla personelu lub nawet tylko dla administratorów obiektów może stać się najszybszym kanałem wzajemnej informacji, zamówień, krótkich konsultacji i zasięgania opinii, a także zbierania chętnych do poszczególnych zamierzeń i projektów, realizowanych w ramach szlaku.

Lokalne pakiety szlaku. Niezależnie od głównego powodu ich pobytu, istnienie znaczącej grupy osób przebywających w przestrzeni Szlaku lub w jej bliskości ponad 4 dni (rozdz. 3.1.4.) oznacza, że zgrupowanie w pakiety zwiedzania obiektów leżących w danym mikroregionie i włączenie do niej modułów noclegowych oraz innych atrakcyjnych dla tej grupy z jednoczesnym skierowaniem oferty wprost do niej (a więc realizowanym na obszarze gmin szlaku i gmin/powiatów sąsiednich) mogłoby przynieść zauważalny efekt w postaci przedłużenia pobytu i częstszego wyboru lokalizacji korzystnej z punktu widzenia dla przestrzeni szlaku. Pakiety mogą stać się zasadniczą formą oferty dla turystów indywidualnych w przestrzeni szlaku. W swojej podstawowej wersji powinny one być konstruowane w oparciu o zwiedzanie miejscowego obiektu (obiektów) szlaku wraz z usługą przewodnicką, a w miarę możliwości zawierać także ofertę udziału w oferowanych tam warsztatach tematycznych lub regularnych mikroeventach. Stopniowo w kolejnych modułach taka elastyczna oferta powinna zawierać przede wszystkim (decydującą o skali zysku) usługę noclegową w wybranej lub dostępnej klasie pobliskiego obiektu, usługę gastronomiczną - najlepiej, jeśli opartą na tematycznej lub przynajmniej regionalnej kuchni [WE-10].

W pakiecie nabywca powinien zawsze otrzymywać informator lokalny, zawierający gotowe propozycje pobytu np. weekendowego: co zwiedzić, gdzie spędzić wieczór, gdzie iść na spacer i gdzie wypożyczyć sprzęt np. do wycieczki rowerowej – ale także miejscowe oferty noclegowe. W przypadku, jeśli nie wykorzystał jeszcze całego pakietu, zawsze może się na to zdecydować na miejscu. Pytani eksperci sugerują łączenie w pakietach oferty kulturowej i rekreacyjnej [WE-6; 22], co nie tylko dobrze odbija zapotrzebowanie sporej grupy „nowych” turystów indywidualnych, ale daje także szansę zwiększenia skali zysku w miejscowościach niewielkich a atrakcyjnych krajobrazowo (gminy Lubowo, Krzywiń, Gąsawa, Łądek czy Kruszwica, ale także Mogilno, Strzelno czy Trzemeszno). Tam też w pierwszym rzędzie należy je tworzyć, co oczywiście nie wyklucza organizacji pakietów opartych głównie o atrakcje i infrastrukturę obiektów i nie oznacza rezygnacji z tworzenia pakietów mieszanych także w dużych ośrodkach. Oferentem pakietów nie musi być koordynator szlaku, jednak powinien on być przynajmniej jednym z pośredników w ich dystrybucji – o ile spełniają one podstawowy warunek, czyli zawierają moduł zwiedzania i/lub pobytu w obiektach szlaku. Koordynator może też zrealizować (odpłatne) szkolenia na temat tworzenia i funkcjonowania pakietów dla podmiotów z całej przestrzeni szlaku, co obniży ich koszty i jednocześnie zapewni obecność dobrze przygotowanego komponentu tematycznego w takich warsztatach.

4.2.4. Zalecenia w zakresie eventyzacji szlaku

Model „Święta Szlaku”. Proces konsekwentnej tematyzacji samego systemu należałoby zacząć od stworzenia koncepcji i organizacji w stałym terminie corocznego, wielodniowego (na przykład trwającego tydzień) święta szlaku jako kulminacyjnego momentu rocznego cyklu jego życia [Mikos v. Rohrscheidt 2010, s. 362; szerzej: Gawel 2011, s. 138-142]. By łatwiej identyfikować i popularyzować profil szlaku i niematerialne aspekty dziedzictwa, które on prezentuje swoim gościom, taki event przynajmniej w części powinien mieć swoje stałe miejsca odbywania ze stałymi elementami jak inscenizacje najważniejszych wydarzeń związanych z okresem powstawania państwowości polskiej.

W ramach takiej serii można zrealizować we współpracy obiektów i samorządów szereg eventów głównych, z podziałem eksploatacji poszczególnych wątków (rozpisanych na szczegółowe scenariusze), pomiędzy np. Poznaniem, powiatem gnieźnieńskim (Wyspa Lednicka), miastem Gnieznom, a także Kruszwicą. Można by przy tym dokonać rozdzielenia tematów poszczególnych eventów, które byłyby realizowane w kolejne wieczory - spędzane przez turystów w poszczególnych miejscach. W takim „wiązanym” przedsięwzięciu podział poszczególnych „aktów” mógłby wyglądać np. następująco: w Poznaniu – przybycie biskupa Jordana i chrzest Mieszka I, na Wyspie Lednickiej – gościna Ottona III i jego wejście na ostatni etap pielgrzymiego

szlaku ku Gnieznu, w Gnieźnie: translacja i złożenie relikwii Św. Wojciecha lub/oraz koronacja Bolesława Chrobrego, a w Kruszwicy - legenda o upadku Popiela i początku wladania Piastów - być może w konwencji baśniowej, co zapewniłoby udział rodzin z dziećmi. Ten podstawowy schemat, realizowany w poszczególnych miejscach w kolejnych dniach każdego tygodnia w sezonie turystycznym (np. w czwartek, piątek, sobotę i niedzielę) mogłyby w pozostałe dni tygodnia uzupełniać inne odpowiednio skomponowane elementy, które ożywiłyby m.in. pole bitwy w Płowcach, rezerwat w Kaliszu, czy jeden z klasztorów na Szlaku Piastowskim (Strzelno? Mogilno? Lubią? Łąd?).

Ponieważ w ramach tej najważniejszej imprezy scenariusze powinny być odgrywane na żywo, można wprowadzić do nich zmienne w roku na rok elementy (sceny) nawiązujące przykładowo do wybranego na dany rok hasła czy szczególnie wtedy promowanego aspektu problematyki piastowskiej. Takie główne imprezy mogłyby odbywać się na przykład na osi Poznań – Gniezno - Kruszwica, z przenoszeniem punktu ciężkości po półtora (nocleg!) lub dwóch dniach z Poznania do Gniezna, a po następnym półtora - dwóch lub na zakończenie do Kruszwicy. W pozostały jeden lub dwa dni miejscem kolejnej „stacji” tego ruchomego eventu byłby ten obiekt Szlaku, który w związku z rocznym hasłem lub tematem w danym roku byłby szczególnie promowany - w razie potrzeby z logistycznym wsparciem ze strony szlaku.

Tworzenie i wspieranie nowych eventów w obiektach. Integracja eventów w ofertę szlaku. W dalszej kolejności we współpracy z gminami i bardziej aktywnymi administratorami obiektów można w ramach sezonu turystycznego przez serię dwudniowych eventów zagospodarować kolejne weekendy w różnych miejscach szlaku. Dzięki wspólnemu ustaleniu kalendarza dla szlaku (4.1.4.2) takie imprezy nie kolidowałyby ze sobą, lecz przeciwnie: „rozprowadzałyby” życie szlaku na cały sezon. W tej liczbie mogą się znaleźć w pierwszym rzędzie stałe coroczne eventy w tych obiektach, które są w stanie je samodzielnie organizować lub nawet już organizują. Również w tej grupie można umieścić jeden lub dwa eventy, organizowane ze wsparciem szlaku i władz regionalnych co roku w innych obiektach, których celem byłoby podkreślenie rocznego hasła i /lub promocja tych obiektów.

Ponieważ ludzi przyciągają te zabytki, które „żyją” [WE-3], administratorów wszystkich obiektów i samorządy miejscowości z obiektami szlaku należy zachęcać do organizacji innych cyklicznych jednodniowych eventów i – na miarę istniejących możliwości - wesprzeć ich nie tylko w ich promocji, ale i w organizacji. W strategii eventyzacji szlaku, obok jego eventu kulminacyjnego, pierwszeństwo należy dać właśnie tym imprezom, których inicjatywa będzie wychodziła od samych obiektów, gdyż najpewniej podstawą tych pomysłów są rozpoznane potrzeby miejsca i dobrze przemyślane lokalne możliwości. Przykładem tego może być pomysł zgłoszony dla

archikatedry gnieźnieńskiej przez jej administratora: propozycja festiwalu muzyki liturgicznej lub innego festiwalu muzycznego z zaangażowaniem wykonawców z miast partnerskich Gniezna [WE-8]. Takie imprezy szlak powinien wspomagać przez informację i promocję, w tym przede wszystkim włączenie do kalendarza eventów. Podejmując natomiast decyzje o *współorganizacji* eventów nie inicjowanych przez sam szlak, by uniknąć rozdrobnienia środków, należy jednak kierować się jasnymi kryteriami. Najważniejsze z nich to: 1) tematyzacja eventu (zgodność z profilem szlaku), 2) zgodność stosowanych scenariuszy (a przynajmniej głównych punktów) z faktami historycznymi lub adaptacja do zachowanego dziedzictwa 3) przeprowadzone wstępne rozpoznanie grupy docelowej i szans na osiągnięcie wysokiej frekwencji i 4) jakość programu i jego realizacji (tak by event przewyższał poziomem typowe lokalne festyny).

W organizacji eventów powinno się współpracować z lokalnie funkcjonującymi **grupami animacji historii** (zespołami żywej historii, bractwami rekonstrukcji historycznej). Ich współdziałanie może być jeszcze istotniejsze w trakcie wprowadzania mikroeventów do oferty w poszczególnych obiektach (zarówno stałych, jak i regularnych i na zamówienie grup turystycznych). W takich grupach można znaleźć cennych i mało kosztownych potencjalnych współpracowników w organizacji większych eventów tak przy obiektach, jak i w skali szlaku. Są to hobbysci o niekwestionowanej pasji, a dość często także o profesjonalnym poziomie odtwórstwa, dbający o historyczną wierność swoich scenariuszy, strojów a nawet (na ile to możliwe) używanego języka. Dlatego niezbędne jest zagospodarowanie istniejących środowisk odtwórców i animatorów historii. Obok zaledwie kilku współpracujących z obiektami szlaku badania wykazały obskość szeregu innych grup tego rodzaju, które nie współpracują na bazie formalnych porozumień lub choćby stałych uzgodnień nawet z pobliskimi obiektami szlaku. Należy zadbać o to, by środowiska odtwórców i animatorów historii działające w przestrzeni szlaku, a zwłaszcza w fizycznej bliskości poszczególnych jego obiektów uwzględniano w pierwszym rzędzie przy projektach eventyzacji obiektów i szlaku jako całości. Fakt ścisłej współpracy wszystkich grup tego rodzaju i profilu istniejących w Kaliszu z tamtejszym Rezerwatem Archeologicznym i wynikające z niej urozmaicenie oferty tego obiektu oraz bogactwo organizowanych tam eventów mogą być dobrym przykładem, jakie korzyści odnosi obiekt (a w konsekwencji także lokalny odcinek szlaku) z takiej symbiozy. Jak wykazało badanie [Mikos v. Rohrscheidt 2012c,s. 262-265] Odtwórcy działający na miejscu lub w bliskiej okolicy, afiliowani lub regularnie wspomagani przez administratora obiektu (choćby przez zapewnienie im lokalu jako magazynu) mogą niemal natychmiast wzbogacić ofertę obiektów w Poznaniu (Muzeum Archeologiczne, Zamek

Królewski, Trakt Królewsko-Cesarski), Biskupinie (rekonstrukcja osady „piastowskiej”), Gnieźnie i na Lednicy, w Wągrowcu oraz w Płowcach. By uniknąć ryzyka ponoszenia jałowych kosztów, odtwórcy mogą rozpocząć aktywność na rzecz obiektów obsługując mikroeventy na zamówienie (np. na bazie odpłatnych zleceń na zmianę w kilkuosobowych grupach, będących w gotowości i pojawiających się po uprzednim telefonicznym zamówieniu z muzeum). W sytuacji wzrostu zapotrzebowania na ich prezentacje lub warsztaty stopniowo można przejść do zaproponowania im organizacji mikroeventów regularnych (np. w każdy weekend sezonu o określonej godzinie) jednocześnie włączając je do stałej oferty obiektu i powiadamiając o niej tak koordynatora szlaku, jak i potencjalnych odbiorców (szkoły, touroperatorów, media lokalne i branżowe itd). Regularnie organizowane eventy nie tylko ożywiają obiekt [WE-30] ale też przekładają się stopniowo na wzrost liczby turystów odwiedzających dane miejsce.

4.2.5. Zalecenia okresowe

Zespoły zadaniowe. Na zakończenie musi zostać wyartykułowane istotne zalecenie praktyczne, dotyczące dalszych prac przy przebudowie Szlaku Piastowskiego. Chodzi o zwrócenie uwagi na dwoisty charakter przedsięwzięć koniecznych dla jej dokończenia, warunkujący z kolei ich wykonanie. Wdrożenie nowego modelu funkcjonowania i koordynacji szlaku ma charakter bardziej ogólny i wymaga najpierw kontynuacji prac Rady Programowo-Naukowej, potem podjęcia rekomendowanych przez to gremium strategicznych decyzji przez instytucjonalnych partnerów szlaku (w tym zwłaszcza samorządy regionalne i lokalne) i wreszcie dostosowania statusu koordynatora szlaku. Natomiast cała seria kolejnych wyżej zaprezentowanych postulatów, począwszy od opracowania standardów udostępniania obiektów i treści porozumień z obiektami, poprzez ustalenie procedur monitoringu systemu i obiektów, trybu zlecania poszczególnych usług, opracowywanie produktów lokalnych i inne, aż po detale takie jak konkretne rozwiązania w przepływie informacji wewnątrz systemu czy interaktywne funkcjonowanie portalu internetowego (w tym obsługa formularzy zamówień) i jego powiązań z portalami obiektów – będzie wymagała stworzenia małych, paro-lub kilkuosobowych specjalistycznych zespołów zadaniowych, które – otrzymawszy konkretne i precyzyjnie opisane zadania - będą w stanie wykonać je sprawnie i kompetentnie, po czym w niedługim czasie przedłożyć wyniki czy wypracować i dostarczyć narzędzia potrzebne do wykorzystania w codziennej organizacji systemu. W sytuacji jednorazowych, ale niekoniecznie niskich kosztów tych konkretnych przedsięwzięć należałoby opracować ich wstępne kosztorysy (z rozbiciem np. na dwa kolejne lata realizacji, jednak nie dłużej, by nie rozmyć efektu „nowego”, wyraźnie zmodernizowanego szlaku) i zagwarantować finansowanie za po-

mocą możliwych do uzyskania środków. Jednocześnie należy jednak zapewnić, by poszczególne zespoły zostały utworzone i zadania były zlecone ludziom kompetentnym, sprawnym i sprawdzonym w realizacji podobnych projektów, a nie wybranym ze względów pozamerytorycznych (np. na podstawie dawniejszych „zasług” lub sprawowanych funkcji, czego rezultatem mógłby być nieadekwatny do oczekiwanego wynik tych przedsięwzięć lub zgoła paraliż pracy zespołów. Optymalną metodą może być ta przyjęta przy realizacji audytu Szlaku Piastowskiego: wybór jednego głównego wykonawcy, zlecenie mu opracowania koncepcji i trybu realizacji zadania lub grupy zadań, a następnie pozostawienie wolnej ręki w ich realizacji, przy założeniu jego wyłącznej odpowiedzialności i ustanowieniu mechanizmów motywujących (np. finansowych) do pełnego, prawidłowego i zgodnego z harmonogramem wykonania zlecenia lub ukończenia projektu.

Konieczne dostosowania prawne. Na dzień ostatecznej redakcji niniejszego opracowania (1 grudnia 2012) nie jest jeszcze znany ostateczny kształt prawnej regulacji zagadnień związanych ze szlakami turystycznymi, przygotowywanej aktualnie przez Ministerstwo Sportu i Turystyki i mającej być w najbliższych miesiącach przedłożoną ustawodawcy. W świetle ujawnionych założeń nie jest dotychczas jasne, jakie konkretne cele, poza zapewnieniem bezpieczeństwa korzystającym i uregulowaniem praw autorskich do szlaku miałyby realizować przygotowywana ustawa [Gospodarek 2012, s. 13-15] trudno zatem określić, jakie szczegółowe wymagania tego aktu prawnego odniosą się do szlaków kulturowych (o ile w ogóle pojawi się tam taka odrębna kategoria) lub szlaków samochodowych (do której to kategorii, w przypadku braku powyżej wspomnianej, najpewniej zostanie zaliczony także Szlak Piastowski). Wiele wskazuje jednak na to, że po wejściu w życie tej ustawy będą konieczne szczegółowe dostosowania koncepcji funkcjonowania Szlaku Piastowskiego. Dotyczyć to może: sposobu oznaczenia tras i obiektów, zasad zapewnienia bezpieczeństwa turystom, być może także formalnych podstaw funkcjonowania szlaku, jak tryb ustanawiania samego systemu i listy obiektów oraz dopuszczalnych sposobów ustanawiania koordynatora i prawnych ram jego działalności. Należy je także uwzględnić w koncepcji modernizacji szlaku, jednak nie ma potrzeby ich biernie oczekiwać. Zapewne nie będą one bowiem dotyczyły ani samej oferty turystycznej, ani standardów czy modeli organizacji systemu, ponieważ przy takim stopniu szczegółowości tylko niewiele szlaków w naszym kraju mogłoby funkcjonować zgodnie ze swoim profilem i bazującymi na nim strategiami. Postulaty, ale także obawy dotyczące oczekiwanej regulacji i skutków jej obowiązywania dla szlaków kulturowych, w tym także analizowanego systemu autor niniejszej pracy sformułował i szerzej uzasadnił w odrębnym opracowaniu [Mikos v. Rohrscheidt 2012b, s. 87-94].

4.3. Koncepcja zarządzania Szlakiem Piastowskim

W ramach propozycji prezentowana jest struktura zarządcza na poziomie szlaku, będącego zarówno systemem udostępniania dziedzictwa jak i produktem turystycznym, w tym status i kompetencje poszczególnych podmiotów, proponowany tryb ich funkcjonowania oraz ich relacje wzajemne, a także z obiektami i partnerami szlaku.

Ze względu na kluczowe znaczenie najszerzej przedstawiono element bieżącej koordynacji szlaku, koncentrując się na jej modelu i zakresie, procedurze jej wprowadzenia oraz relacjom koordynatora z pozostałymi podmiotami. Szczegółowo omówiono też niektóre inne istotne elementy efektywnego funkcjonowania szlaku, jak partnerstwo w ramach szlaku, sposoby dystrybucji usług, informacja i promocja, a także standardy szkolenia personelu obsługi szlaku i jego obiektów.

4.3.1. Koordynacja szlaku

W tym miejscu, zanim zostaną zaprezentowane szczegółowe postulaty odnośnie koordynacji Szlaku Piastowskiego, konieczny wydaje się najpierw krótki opis zakresu koordynacji, potwierdzonego jako typowy i efektywny oraz postulowanego dla współczesnych szlaków kulturowych, w tym tematycznych. Z kolei, po zestawieniu postulatów wynikających z audytu, zostanie zaproponowany model koordynacji szlaku, a następnie propozycje odnoszące się do jego finansowania. W innym miejscu tej pracy będą także wymienione kolejne kroki niezbędne dla ustanowienia efektywnej koordynacji Szlaku Piastowskiego.

Przykłady analizowane i opisywane w przytaczanym opracowaniu na temat koordynacji szlaków tematycznych [Mikos v. Rohrscheidt 2012a, s. 49] oraz w obszernej analizie modelu zarządzania szlakami dziedzictwa [Gawęł 2012a, s.116n] wykazują, że pozostawienie koordynacji tak skomplikowanych systemów w gestii terytorialnej organizacji turystycznej - posiadającej szereg różnorodnych zadań w zakresie turystyki i jednocześnie nie wyspecjalizowanej w kulturowych wymiarach funkcjonowania szlaku - może być kontrproduktywne. Z drugiej strony szczegółowe badania prowadzone tak w Polsce, jak i za granicą potwierdziły skuteczność organizacji powołanych specjalnie do zarządzania szlakami dziedzictwa kulturowego [Buryan, Mikos v. Rohrscheidt 2010, s. 32-33, 40-50; Mikos v. Rohrscheidt 2011e, s. 18-25]. Dla takiego typu zarządzania szlakiem opracowano także szczegółowe modele [Gawęł 2012a, s. 81-87], uwzględniające zarówno znaczenie kulturowe i pierwszorzędne cele systemów tego rodzaju (udostępnianie dziedzictwa kulturowego), jak i niezbędne elementy ich efektywnej koordynacji, a także marketingu [s. 154-168]. Wszystkich podejmujących tę grupę zadań w stosunku do odnowionego Szlaku Piastowskiego wypada odesłać do wskazanych opracowań.

Z jednej strony zarządzanie szlakiem kulturowym, udostępniającym wspólne dziedzictwo oraz łączącym w jeden system eksploatacji turystycznej różnorodne podmioty musi odbywać się przy otwartej kurtynie i z udziałem reprezentatywnego grona ludzi. Z drugiej - usytuowanie koordynatora w stosunku do systemu i przekazane mu kompetencje powinny uczynić z niego reprezentanta szlaku jako całości oraz naturalnego partnera dla potencjalnych konsumentów oferty tego szlaku, do którego będą się oni zwracać o wsparcie logistyczne w planowaniu i realizacji jego zwiedzania. Dla poszczególnych obiektów, ale i dla organizatorów wypraw turystycznych i samych turystów (np. indywidualnie korzystających z oferty szlaku), koordynator powinien być przy tym dostępny dla potrzeb komunikacji przynajmniej w oznaczonych dniach i godzinach. Znaczenie tego postulatu dla perspektyw sukcesu systemu jako propozycji spędzania wolnego czasu rośnie wraz z obserwowanym stałym zwiększaniem się odsetka turystów indywidualnych. Ci odbiorcy oferty szlaku, chcąc zachować znaczny zakres samodzielności rezygnuje z udziału w zorganizowanych wycieczkach grupowych, nie chcą jednak tracić możliwości skorzystania z kompetentnej informacji i zorganizowanych zgodnie z ich oczekiwaniami usług na miejscu. Szlak, który na szereg dni chce przyciągnąć tę nieustannie rosnącą grupę turystów, musi im to zapewnić.

Dodatkowo profil tematyczny każdego szlaku, jego specyfika wynikająca np. z położenia geograficznego, typu obiektów, zagospodarowania turystycznego i poziomu usług komunikacyjnych oraz zasobów kulturowych może wpływać na ustanowienie innych zadań dla podmiotów zarządczych. Dostosowanie ich funkcji do tych potrzeb w przypadku istniejącego już szlaku nie musi oznaczać konieczności tworzenia nowych struktur, choć taka opcja wydaje się w wielu przypadkach najbardziej efektywna. W przypadku Szlaku Piastowskiego, po rozpoznaniu najważniejszych potrzeb oraz ustaleniu odpowiadającego im zakresu koordynacji, statusu koordynatora, modelu zarządzania i trybu wykonywania poszczególnych zadań (czemu służy m.in. niniejsza analiza, i co powinno być przedmiotem dalszych prac Rady PNdsSP i ustaleń instytucjonalnych partnerów szlaku) istniejąca komórka koordynacyjna oraz pozostałe zespoły działające aktualnie na potrzeby szlaku mogą zostać zreorganizowane w taki sposób, by mogły te zadania wykonywać we wzajemnej współpracy oraz w ramach jasno określonych relacji z innymi podmiotami. Proponowany status, funkcje, kompetencje i model współpracy tych podmiotów zostały opisane poniżej.

4.3.1.1. Zakres koordynacji i jej wykonawcy

W przytaczanych opracowaniach analizujących problematykę koordynacji funkcjonowania szlaków tematycznych [Stasiak 2006; Gawęł 2011; 2012a, 2012b; Mikos v. Rohrscheidt 2010a; 2012a] znajduje się szereg szczegółowych zaleceń dotyczą-

cych strategicznego i bieżącego zarządzania tymi systemami. Poniższy fragment opracowania wykorzystuje wyniki tych analiz, przekładając je na konkretne realia badanego szlaku i trwającego procesu jego przebudowy. Powstały w wyniku tego zabiegu zestaw szczegółowych wskazań można potraktować jako postulowany model zarządzania Szlakiem Piastowskim, obejmujący propozycję formalnego usytuowania i listę zadań poszczególnych podmiotów na poziomie systemu oraz prezentujący wzajemne relacje między nimi a obiektami i partnerami.

Zebranie Członków Szlaku Piastowskiego (walne zebranie organizacji). Istnienie organizacji lub kolektywnego ciała o innym statusie formalnym z udziałem przynajmniej wszystkich obiektów i samorządów tworzących przestrzeń szlaku jest pożądane z kilku powodów. Po pierwsze, zwiększy ono identyfikację poszczególnych podmiotów ze szlakiem jako wspólnym dobrem oraz wpłynie pośrednio na stopień utożsamiania się z nim i jego celami w przestrzeni szlaku. Po drugie, będzie stanowiło miejsce prezentacji i platformę wymiany idei i pomysłów, rodzących się w poszczególnych miejscach szlaku, a także wymiany doświadczeń. Po trzecie, stanie się przestrzenią ścierania się idei i partykularnych interesów na gruncie i w kontekście wspólnego celu, co ułatwi wzajemne zrozumienie, a w sytuacjach spornych w naturalny sposób (i pod naciskiem pozostałych uczestników) będzie sprzyjało ustalaniu niezbędnych kompromisów. Te będą konieczne w perspektywie dalszego funkcjonowania systemu i zmian, które z czasem okażą się niezbędne w reakcji na zmieniające się warunki. Po czwarte, w sytuacji współfinansowania szlaku takie reprezentatywne ciało będzie naturalnym adresatem sprawozdania finansowego i organem udzielającym absolutorium (w tym wypadku uwarunkowania prawne wymuszają jego formalne powołanie jako organizacji). Ze względu na konieczność reprezentatywności tego gremium dla całego skomplikowanego systemu łączącego różnorodne podmioty, jakim jest Szlak Piastowski, jego przewidywaną liczebność oraz wymienione wyżej proponowane cele jego funkcjonowania, powinno ono posiadać ściśle określony skład oraz dokument o randze statutu, regulujący jego kompetencje i tryb pracy. Na potrzeby efektywnego zarządzania szlakiem można powołany w roku 2005 i od dłuższego czasu nieaktywny Związek Gmin Szlaku Piastowskiego przekształcić w gremium bardziej reprezentatywne (czyli lepiej odbijające jego faktyczną przestrzeń i strukturę jako złożonego systemu) oraz wyposażone w zestaw zadań i kompetencji odpowiadający rzeczywistym potrzebom efektywnego zarządzania. Naturalnymi uczestnikami zebrania członków powinni być reprezentanci obydwu samorządów wojewódzkich, wszystkich samorządów gmin w przestrzeni szlaku, powiatów żywoźnie zainteresowanych jego funkcjonowaniem (to jest zapewne tych z przynajmniej kilkoma obiektami szlaku) reprezentanci wszystkich obiektów szlaku,

przedstawiciele Rady ds. Szlaku (albo nawet wszyscy jej członkowie) oraz podmiotu koordynującego szlak, oficjalni partnerzy szlaku a także (według ustaleń umożliwiających sprawny wybór i reprezentatywność dla danej grupy), przedstawiciele organizacji lokalnych i środowisk oraz branż świadczących usługi, jak na przykład grup animacji historii, przewodników turystycznych, ośrodków informacji turystycznej, lokalnych touroperatorów, organizatorów eventów i innych w zależności od ostatecznej struktury szlaku i stwierdzonych potrzeb. W przypadku obiektów mniejszych lub nie traktujących udziału w ofercie szlaku za kluczową dziedzinę swojej działalności (jak np. parafie administrujące kościołami, nie posiadające bezpośredniej obsługi stanowiska archeologiczne lub monumenty) ich reprezentacji mogą się podjąć samorządy gminne na podstawie porozumienia lub deklaracji opieki nad obiektem albo formalni zwierzchnicy (jak kuria biskupia w stosunku do np. kilku mniejszych obiektów sakralnych). W takich przypadkach ważne, by delegatami na zebranie były osoby dobrze zorientowane w problematyce dziedzictwa kulturowego i organizacji turystyki, na przykład kierownik oddziału w urzędzie miejskim/gminnym lub odpowiedniego wydziału kurii.

Wśród kompetencji tego ciała - obok wspomnianego 1) udzielania absolutorium – powinno być 2) zatwierdzanie strategii rozwoju szlaku na kolejne okresy. Mogą być mu powierzone ewentualnie 3) ostateczne przyjmowanie nowych obiektów na listę szlaku (tylko po pozytywnej rekomendacji Rady) oraz 4) usuwanie ich z tej listy (także na podstawie odpowiedniej rekomendacji), a także 5) formalne powoływanie kierownika podmiotu koordynującego szlak na podstawie rekomendacji Rady udzielonej w wyniku przeprowadzenia konkursu lub innej procedury przeprowadzonego przez Radę.

Zebrania omawianego gremium powinny odbywać się w regularnych odstępach czasu, jednak przynajmniej raz do roku ze względu na konieczność akceptacji budżetu szlaku i ewentualną potrzebę podejmowania decyzji strategicznych. Udział w zebraniach tego gremium może być nieodpłatny, przez co koszty jego funkcjonowania ograniczą się tylko do ich organizacji. Dokument ustalający jego kompetencje i działania powinien być wystawiony wspólnie przez oba samorządy regionalne (marszałków województw).

Rada Szlaku Piastowskiego. Zarówno opinia badaczy problematyki szlaków kulturowych, jak i potwierdzona wynikami przytaczanych analiz ocena efektywności szlaków jako kanałów dystrybucji kultury wskazują na potrzebę funkcjonowania na poziomie systemu jako całości **stałego zespołu** działającego poza strukturą bieżącego zarządzania szlakiem i posiadającego jednocześnie uprawnienia do formułowania celów strategicznych jak i kompetencje kontrolne, przynajmniej w stosunku do klu-

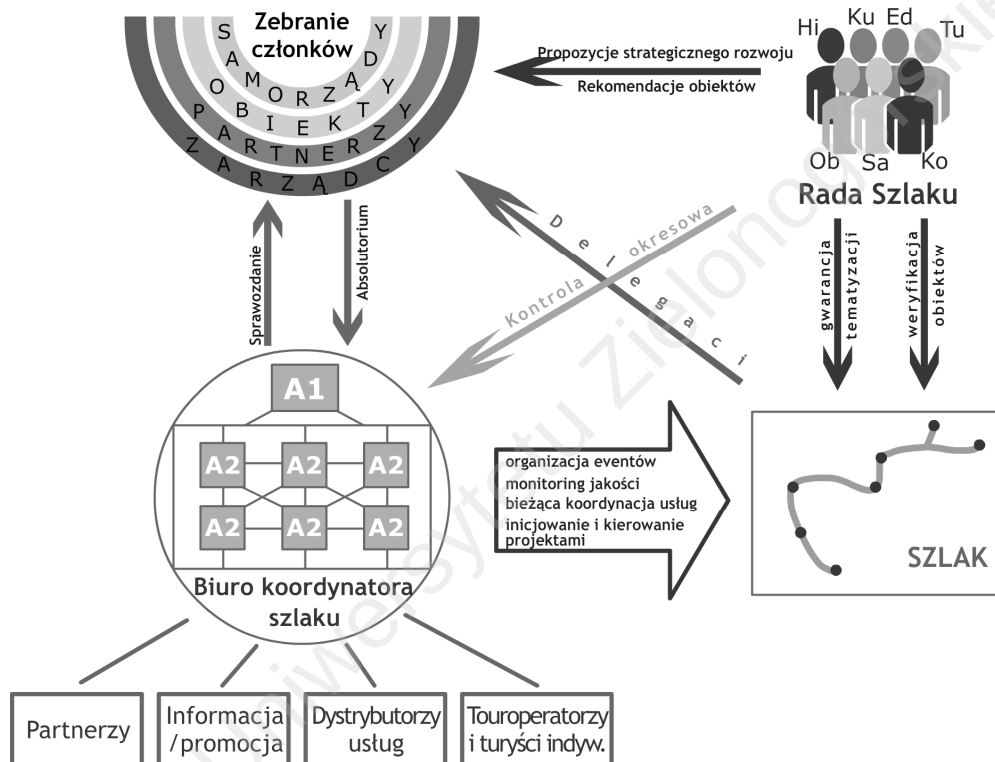
czowych aspektów jego funkcjonowania. Pierwszorzędnym zadaniem tego gremium powinna być dbałość o realizację podstawowych celów szlaku jako przestrzeni i systemu udostępniania autentycznego dziedzictwa kulturowego i jednocześnie kontrola spełniania standardów materialnego szlaku tematycznego, w tym tych istotnych z punktu widzenia korzystających z jego oferty turystów. Oznacza to 1) nadzór nad zachowaniem poziomu tematyzacji systemu (powiązany z kwestią autentyczności dziedzictwa), i powiązane z nim egzekwowanie realizacji standardów interpretacji dziedzictwa w obiektach i programach eventów, 2) opracowywanie lub zlecanie i przyjmowanie kolejnych koncepcji strategii rozwoju szlaku, 3) nadzór nad listą obiektów szlaku wraz z prawem przeprowadzania procedur włączenia i wyłączenia obiektów i wyłącznym uprawnieniem do sporządzania rekomendacji w tych kwestiach, 4) kontrola utrzymania podstawowych kryteriów materialności szlaku (sposób realizacji tych zadań został opisany na innych miejscach w tym rozdziale). To gremium mogłoby także 5) zlecać potrzebne badania dotyczące stopnia urzeczywistnienia celów działania szlaku (m.in. badania oferty obiektów, badania turystów) i przyjmować oraz upubliczniać ich wyniki, a na ich podstawie dokonywać modyfikacji średniookresowych celów i podporządkowanej im listy zadań. Można mu także powierzyć 6) zadanie przeprowadzania konkursów na stanowisko kierującego komórką koordynacyjną szlaku 7) realizowany w tym samym lub w innym trybie dobór osób wykonujących zadania związane z monitoringiem systemu (audyt generalny i częściowy oraz inne kontrole), jak również 8) zlecanie opracowywania koncepcji nowych produktów w ramach szlaku (jak przekrojowe trasy tematyczne, eventy tematyczne, obiekty kreowane dla potrzeb turystyki) i wybór wykonawców tychże oraz przyjmowanie gotowych projektów i nadzór merytoryczny nad ich realizacją. W skład tego zespołu powinni wchodzić zarówno 1) przedstawiciele środowiska naukowego historyków i archeologów, specjalizujący się w problematyce epoki piastowskiej na ziemiach polskich, zwłaszcza w przestrzeni szlaku, zapewniający utrzymanie tematyzacji systemu, 2) eksperci z zakresu uczestnictwa w kulturze, pomocni w aktualizowaniu i rozwijaniu oferty szlaku i obiektów w zgodzie z aktualnym stanem wiedzy w tym zakresie, 3) specjaliści z dziedziny organizacji turystyki, gwarantujący zachowanie standardów obsługi turystycznej, prawidłowe tworzenie produktów lokalnych i formułowanie skutecznych strategii marketingowych, 4) fachowcy w dziedzinie edukacji, w tym przede wszystkim muzealnej oraz metodyki przewodnictwa turystycznego, jak również 5) delegowani przedstawiciele obiektów, reprezentatywni dla różnych ich typów występujących w przestrzeni szlaku: muzeów, rezerwatów archeologicznych, obiektów sakralnych i stałych atrakcji oraz lokalnych produktów kreowanych dla potrzeb turystów. Po ukończeniu serii zadań związanych z przebudową szlaku tę funkcję, może spełniać z powodzeniem już istniejąca

Rada Programowo-Naukowa ds. Szlaku Piastowskiego, jeśli jej skład będzie odbijał powyższe postulaty, a w regulaminie jej działania znajdują się odnośne zapisy. Ustalenia gospodarzy obydwu województw w odniesieniu do przyszłości szlaku [*List Intencyjny 2012*] uwzględniają rolę tego organu w funkcjonowaniu szlaku. Członkowie tego gremium powinni być nominowani w ustalonych proporcjach przez oba samorządy wojewódzkie na podstawie ich kompetencji merytorycznych, a w przypadku delegatów obiektów, dodatkowo delegacji przez poszczególne grupy obiektów szlaku. Liczebność Rady – w przeciwieństwie do Zebrania Członków Szlaku - powinna być ograniczona z uwagi na efektywność jej działania, a udział członków w jej pracach w miarę możliwości długotrwały, co umożliwia nabycie koniecznych kompetencji. Ze względu na wielość zadań jego posiedzenia powinny się odbywać regularnie przynajmniej kilka razy do roku (np. raz na kwartał i dodatkowo w sytuacjach wymagających zwołania Rady). Samo uczestnictwo w pracach Rady nie musi być odpłatne (jednak konieczny jest zwrot kosztów przejazdu do miejsca obrad, względnie niewysoka dieta dzienna), natomiast delegacja jej członków do konkretnych zadań jak przeprowadzenie audytu obiektu, sporządzenie albo ocena koncepcji elementu strategii, projektu produktu tematycznego itd. powinny wiązać się z wynagrodzeniem na podstawie umowy o dzieło. Regulamin Rady, określający jej kompetencje i tryb działania powinien być zatwierdzony wspólnie przez oba samorządy regionalne (marszałków województw).

Koordynator szlaku. Jako niezbędne *minimum* dla prawidłowego funkcjonowania szlaku wymienia się trzy podstawowe zadania: 1. monitoring stanu systemu (w tym oznaczenia tras i obiektów, ich stanu i dostępności, 2. zbieranie lub wytwarzanie, przetwarzanie, aktualizację i dystrybucję informacji na temat szlaku, obiektów i eventów oraz 3. organizowanie lub współorganizowanie promocji produktu. Szczegółowe zalecenia zawarte we wskazanych analizach oraz praktyka zaobserwowana w trakcie badań w systemach, które odniosły sukces jako produkty wskazują, że w miarę możliwości koordynator powinien wykonywać również przynajmniej niektóre z następujących zadań (wraz z poprzednimi określimy to jako *zakres optymalny*): 4. inicjowanie i pośrednictwo w dystrybucji nowych typów usług prostych (jak przewodnictwo, warsztaty edukacyjne, pokazy itd.), 5. przygotowywanie materiałów albo/i organizowanie koniecznych szkoleń personelu, 6. organizowanie usług złożonych (jak pakiety lokalne, cykliczne eventy albo wycieczki tematyczne) dla całości szlaku lub konkretnych odcinków albo miejsc i dystrybucja tychże albo 7. zlecenie, promocja, pośredniczenie i dystrybucja imprez, usług i produktów (jak wycieczki lub eventy) podmiotom zewnętrznym oraz egzekwowanie nie tylko ich realizacji, ale także jej jakości. Koordynator może też 8. na zlecenie Rady Szlaku

regularnie przeprowadzać lub zlecać badania ruchu turystycznego, stanu oferty oraz opinii i preferencji (oczekiwań) turystów pojawiających się w przestrzeni szlaku, co umożliwia adekwatną reakcję na ujawniane mankamenty, podejmowanie prawidłowych decyzji w odniesieniu do modyfikacji oferty, a w dłuższej perspektywie- ukierunkowanie promocji szlaku lub konkretnych ofert ku właściwym grupom i obszarom docelowym.

Ryc. 38. Podmioty uczestniczące w zarządzaniu Szlakiem Piastowskim



Źródło: opracowanie własne według powyższego projektu, por także: [Gawel 2011, s. 82-87]

W prezentowanej propozycji usytuowanie i funkcjonowanie koordynatora jest następujące: 1) swoje zadania w stosunku do szlaku wykonuje on w strukturze całorocznie funkcjonującego biura, zlokalizowanego w centralnym punkcie szlaku (w Gnieźnie), 2) kierownik komórki koordynującej jest powoływany (i odwoływany) przez Zebranie Członków Szlaku w wyniku rekomendacji udzielonej przez Radę Szlaku na podstawie procedury rekrutacyjnej (która może przybrać formę konkursu), 3) koordynacja szlaku funkcjonuje na podstawie regulaminu opracowanego przez Radę, uchwalonego przez Zebranie Członków i zatwierdzonego przez obydwu gospodarzy województw, 4) zarówno sam koordynator, jak i pracownicy biura są wynagradzani na zasadzie umowy o pracę (z ewentualnym systemem premii przyznawanych za dodat-

kowe efektywnie zrealizowane projekty lub inne osiągnięcia), 5) kontrola bieżącej pracy koordynatora jest wykonywana przez Radę Szlaku, 6) sprawozdania finansowe przedkładane Zebraniu Członków i przez nie akceptowane.

Rycina 38. prezentuje usytuowanie formalne poszczególnych podmiotów uczestniczących w zarządzaniu Szlakiem Piastowskim oraz ich wzajemne relacje według przedstawionej powyżej propozycji.

Ze względu na złożoność materii i jej kluczowe znaczenie dla prawidłowego funkcjonowania szlaku, zakres i model bieżącej koordynacji szlaku zostaną przedstawione poniżej jako osobne zagadnienia.

4.3.1.2. Proponowany zakres koordynacji Szlaku Piastowskiego.

Z powyższymi postulatami natury ogólnej zostanie skonfrontowany zestaw zadań koordynatora Szlaku Piastowskiego, wyłaniający się z opinii zapytanych ekspertów [WE]. Zespół, który będzie ustalał pożądany zakres koordynacji analizowanego szlaku, posiadając możliwość jego określenia na pułapie pomiędzy wskazanym standardem minimalnym a optymalnym, powinien wziąć pod uwagę istotne czynniki warunkujące funkcjonowanie tego konkretnego szlaku, w tym położenie i wynikający z niego skład partnerów instytucjonalnych (m.in. dwa samorządy wojewódzkie) dominujące typy obiektów, główne docelowe grupy turystów oraz skalę ewentualnych kosztów wprowadzenia i wykonywania danego zadania i problemy związane z jego finansowaniem. Tym samym niektóre propozycje powinny być potraktowane jako szczególnie istotne i pilne (szczególnie wówczas, gdy stoi za nimi większa grupa opinii ekspertów lub dotyczą one fundamentalnych standardów turystyki), realizacja innych może zostać odłożona na czas dalszy i uzależniona od możliwości finansowych i personalnych koordynatora. Nie wszystkie też zadania musi wykonywać sama komórka koordynacyjna: pewną ich część można wpisać w zakres obowiązków innych podmiotów (np. wojewódzkich lub innych organów samorządowych) pozostawiając na podstawie formalnego porozumienia koordynatorowi szlaku zadanie ich monitoringu.

Poniżej znajdują się artykułowane przez poszczególnych ekspertów zadania dla koordynatora szlaku. W pierwszej grupie znajdują się postulaty, wyrażone przez większą grupę ekspertów (wyartykułowane przynajmniej trzykrotnie), w drugiej - rzadziej podnoszone. Jeśli przy opisie zadania oznaczono je dodatkowo znacznikiem (*), oznacza to, że mieści się ono także w standardowym, ogólnym modelu koordynacji szlaków tematycznych (por. 4.3.1.1).

- Monitoring oznakowania tras i obiektów* [WE-1; 6; 11; 17; 18; 28],
- Monitoring oferty i usług w obiektach (jakości, dostępności)* [WE-1; 4; 10; 24; 25],
- Zarządzanie informacją na temat szlaku* [WE-1; 7; 9; 17; 18; 19; 27; 31],

- Aktywna promocja szlaku* [WE-1; 5; 9; 12; 13; 14; 15; 17; 19; 20; 26; 28; 29; 30; SCZ],
- Funkcja łącznika między obiektami i partnerami, integracja szlaku* [WE-13;16;19;MPI],
- Regularna (instytucjonalna) współpraca z przedstawicielami obiektów [WE-13, 16; 20],
- Działalność wydawnicza (foldery, przewodniki, kalendarze itd.) [WE-2; 6; 26; 28],
- Bezpośrednia obsługa ruchu turystycznego, w tym organizacja wycieczek*[WE-3; 7; 26],
- Regularne sporządzanie i dystrybucja kalendarza szlaku* [WE-3;4; 13],
- Inspirowanie rozwoju bazy usługowej, w tym gastronomicznej i hotelarskiej [WE-4; 5],
- Monitoring infrastruktury technicznej i drogowej [WE-5],
- Dbłość o zachowanie poprawnej tematykacji szlaku [WE-30],
- Tworzenie odpowiedniej strategii szlaku i jej wdrożenie [WE-1],
- Kontrola przepływów finansowych środków wydatkowanych na szlak [WE-33],
- Wsparcie w pozyskiwaniu środków dla inwestycji w obiektach szlaku [WE-20],
- Tworzenie ofert turystycznych (w tym pakietów)* [WE-3],

Liczne postulaty formułowane w odniesieniu do **promocji** obejmowały między innymi potrzebę tworzenia polityki promocyjnej i jednolitego programu jej realizacji oraz aktywnego prowadzenia promocji i konsekwencji w działaniu zgodnie z przyjętymi założeniami.

W ramach zadań związanych z zarządzaniem **informacją** artykułowano nie tylko jej poszczególne moduły, jak zbieranie, aktualizację i skuteczną dystrybucję, ale także konkretne narzędzia, jak prowadzenie portalu internetowego szlaku, uważanego przez część ekspertów za kluczowy element zarówno informacji, jak i promocji. Grupa pytanek ekspertów widzi w koordynatorze wprost główny (w naturalny sposób) punkt przepływu informacji, niektórzy wychodząc od posiadania przezeń najbardziej aktualnych informacji chcieliby obarczyć go również zadaniem jej ewaluacji dla celów nie tylko formułowania oferty, ale i jej poprawy.

Część ekspertów chciałaby zinstytucjonalizować **współpracę** wewnątrz szlaku. Ich propozycje sięgają od porozumienia i okresowych konsultacji kierownictwa obiektów po stałą i formalnie umocowaną Radę Szlaku, zbierającą się w określonych odstępach czasu (np. raz do roku), w której uczestniczyliby administratorzy obiektów i przedstawiciele samorządów. Celem tych spotkań, obok wymiany doświadczeń, byłoby podejmowanie strategicznych decyzji i ukierunkowywanie nowych wspólnych działań [WE-13, 16; 20]. W opinii autora takie reprezentatywne gremium, złożone ze wszystkich partnerów, w szczególności współfinansujących działanie szlaku, byłoby także odpowiednim miejscem na przedstawianie sprawozdań z działalności koordynatora i udzielaniu mu absolutorium z wykonania budżetu oraz realizacji planów (co wymagałoby jednak zmiany jego statusu, obejmującej przekształcenie aktualnej struktury członkostwa w organizację).

Przedstawiciele samego koordynatora (OT Szlak Piastowski) wykonującego swoje zadania w bardzo ograniczonym zakresie, są świadomi wysokiego stopnia komplikacji współpracy, przede wszystkim z powodu różnych warunków i przyjętych przez potencjalnych partnerów zasad finansowania projektów [*Nota Koordynatora*]. Zdając sobie sprawę, że funkcjonowanie koordynacji szlaku w oczekiwanym szerszym zakresie jest niemożliwe bez współpracy z władzą terenową i jej regularnego wsparcia finansowego, za konieczne uważają **porozumienie władz** różnych stopni, pomoc materialną i ludzką. Akcentują także konieczność zachowania równowagi w relacjach szlak - władze publiczne różnych szczebli, wyrażającego się szczególnie w partnerstwie, a nie zależności (co jest jeszcze ważniejsze w sytuacji lokalizacji szlaku w dwóch województwach) oraz wzajemnego wyważenia wymagań (oczekiwań) władz wobec koordynatora i świadczeń na jego rzecz i na rzecz szlaku [WE-3].

„Jako przyszłe zadania koordynatora przedstawiciele OT Szlak Piastowski widzą: bieżącą obsługę ruchu turystycznego, koordynację wydarzeń na szlaku (kalendarz eventów jako organizację sezonu dla odbiorcy-turysty w tym akcentowanie różnych obiektów w różnych momentach sezonu), koordynację funkcjonowania obiektów w ramach wspólnych przedsięwzięć [WE-3], działania na rzecz integracji podmiotów usługowych wokół szlaku oraz zmierzające do ustanawiania dobrych standardów oferty i usług w obiektach [WE-10]. Warto zauważyć, że pytani reprezentanci organizacji koordynującej [WE-3; WE-10] chętniej zajęliby się działaniami w części przynoszącymi wymierne dochody (jak obsługa turystów) wykonywanymi dotychczas przez tę organizację w skali lokalnej (zdaniem autora niemożliwymi do wykonywania przez nich samodzielnie w skali całego, rozległego systemu), natomiast jeszcze nie do końca są świadomi istotnych i typowych zobowiązań koordynatora szlaku kulturowego, mianowicie monitoringu poszczególnych elementów jego funkcjonowania, promocji oraz kompleksowego (a nie dotyczącego tylko eventów) zarządzania informacją. Wszelako i oni widzą potrzebę funkcjonowania jednej komórki organizującej życie szlaku we współpracy z innymi podmiotami [*Nota*].

4.3.1.3 Proponowany model koordynacji Szlaku Piastowskiego.

Jak stwierdzono powyżej (2.3.3.) aktualnym modelem koordynacji szlaku (a dokładniej jego centralnego, niewielkiego wycinka) jest model jednolity. Jednak w kontekście postulowanych powyżej potrzeb w zakresie efektywnej koordynacji (4.3.1.1.) i oczekiwań ekspertów (4.3.1.2), a także specyfiki terytorialnej szlaku, położonego w dwóch regionach administracyjnych oraz w wielu powiatach i gminach, realizujących różne strategie rozwoju turystyki, a dodatkowo łączącego ofertę różnych typów obiektów (od funkcjonujących świątyń przez muzea aż po podmioty wykreowane specjalnie dla turystów) należy rozważyć zmianę modelu koordynacji szlaku.

Zachowując dzisiejszy model działania aktualny koordynator nie byłby w stanie wykonać choćby tylko części oczekiwanych od niego zadań w stosunku do całego szlaku. Widzą to także ci spośród ekspertów, którzy formułują w stosunku do niego największe spektrum zadań: *Koordynator nie wszystko musi robić sam, inne komórki i podmioty mogą wykonywać to we współpracy z nim* [WE-7].

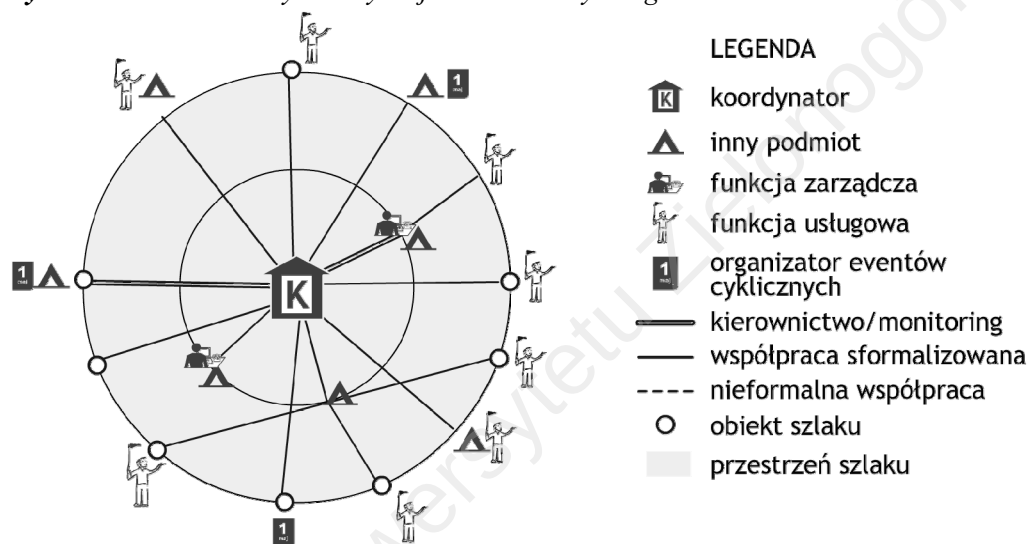
W świetle wyników prowadzonych niedawno przez autora badań koordynacji szlaków kulturowych [Mikos v. Rohrscheidt 2012a], a także na podstawie stwierdzeń innych badaczy tej materii, akcentujących zależność modelu koordynacji od typu zasobów, celów i szeregu innych warunków [Gaweł 2011, s. 82], w sytuacji wielości typów obiektów funkcjonujących w różnych warunkach i posiadających różne cele główne (misje), w obliczu konieczności kreowania i realizowania urozmaiconej oferty skierowanej do kilku różnych grup adresatów oraz wobec istnienia grupy silnych, równorzędnych instytucjonalnych partnerów (w tym dwóch samorządów wojewódzkich) i kilku innych dużych podmiotów (np. powiaty, w tym te kluczowe dla szlaku i chętne do współpracy i finansowania) w organizacji funkcjonowania Szlaku Piastowskiego zdecydowanie lepiej sprawdziłby się centralny model koordynacji⁹² niż aktualnie funkcjonujący model jednolity.

W modelu centralnym także istnieje wyraźnie określony ośrodek koordynacyjny z jasno przypisanymi zadaniami zarządczymi w stosunku do całości systemu, jednak nie jest on już jedynym podmiotem wykonującym zadania na poziomie powyżej zatomizowanych obiektów, lecz obok niego istnieje kilka lub więcej podmiotów współpracujących (publicznych, społecznych albo komercyjnych). Wykonują one niektóre z zadań zarządczych, na przykład w konkretnych sektorach (jak obsługa wycieczek w przestrzeni szlaku, organizacja pakietów na szlaku, organizacja eventów itd.) tworząc sieć usług czy to w pojedynczych obiektach albo miejscach (np. główny zabytek, muzeum, poszczególne miejscowości), czy w stosunku do poszczególnych odcinków szlaku. Centralna jednostka (formalny koordynator) deleguje konkretne zadania (sektory działań) innym podmiotom, zachowując jednocześnie kontrolę ich realizacji: taka delegacja powinna mieć charakter formalnego porozumienia. Delegacją można objąć na przykład aktywności wymienione powyżej w punktach 4. i 6. zadań koordynatora (usługi proste, pakiety lokalne i tematyczne, eventy, wycieczki). Zaletami tego modelu są: bardziej profesjonalny poziom realizacji określonych typów zadań zarządczych (adekwatnych do profilu partnera), relatywnie niższe koszty funkcjonowania szlaku (partnerzy wykonują je na własny koszt, korzystając z marki szlaku i generując zyski z ruchu turystycznego), wyższy poziom

⁹² Model został opisany szerzej w [Mikos v. Rohrscheidt 2012a] na s. 54n.

aktywności i kreatywności poszczególnych podmiotów (zainteresowanych wzrostem skali usług czy poprawą standardu), a także (ale tylko przy jasno określonym podziale kompetencji i formalnym porozumieniu): możliwość egzekwowania realizacji poszczególnych zadań. Wadą może okazać się zbyt silna koncentracja partnerów na zadaniach własnych (zwłaszcza jeśli ich realizacja przynosi im wymierne zyski) z jednoczesnym zaniedbywaniem przez nich działań służących wzrostowi rozpoznawalności szlaku jako całości i jego sukcesowi jako złożonego produktu. **Rycina 39.** ukazuje schemat wykonywania czynności zarządczych w stosunku do szlaku w modelu centralnym.

Ryc. 39. Model centralny koordynacji szlaku tematycznego



Źródło: Mikos v. Rohrscheidt, 2012a, s. 54

Wspomnianą wadę można zredukować przez dobre wyznaczenie sektorów, oddawanych w zarząd innym podmiotom i takie ustalenie zasad współpracy, by w interesie poszczególnych partnerów było dbanie także o markę szlaku i wysoki poziom oferty własnej, a także łączenie jej z możliwie największą liczbą innych komponentów, nie będących w ich zarządzie.

Przykłady podziału zadań zarządczych:

Przykład I: *Delegacja organizacji wycieczek.* Wyspecjalizowane biuro podróży uzyskuje określone czasowo (np. na okres 3 lat) zlecenie na organizację dłuższych niż jednodniowe wycieczek po Szlaku Piastowskim. Biuro otrzymuje prawo do używania tytułu „Oficjalny Partner Szlaku Piastowskiego”, gwarancję przekazywania mu wszystkich zapytań o organizację ponadlokalnych wycieczek na szlaku, wpływa-

jących do koordynatora i tych obiektów, które nie organizują ich same. Jego portal z interaktywnym formularzem zamówień zostaje połączony linkiem na portalu www Szlaku (i stronach www obiektów, które wyrażą zgodę). Partner otrzymuje także komplet materiałów promocyjnych szlaku. W zamian zobowiązuje się do: 1) stworzenia oferty serii wycieczek, obejmującej przynajmniej 2/3 obiektów szlaku z obydwu tras i leżących w obydwu województwach, 2) umieszczania tych wycieczek na swoim portalu, w katalogach i innych materiałach promocyjnych, 3) promowania ich na targach, w których uczestniczy, 4) używania logo Szlaku Piastowskiego podczas tych imprez i w materiałach, 5) korzystania w ramach realizacji programu z oferty hoteli, przewodników lokalnych i lokali gastronomicznych będących partnerami szlaku, a także 6) deklaruje gotowość stworzenia w realistycznym czasie ofert autorskich (tematycznych) dla grupowych wyjazdów na zamówienia klientów kierowane do koordynatora szlaku, jeśli takie nadejdą. Ten podstawowy schemat można uzupełnić ze strony szlaku na przykład o gwarancję biletów ulgowych w obiektach szlaku dla uczestników wycieczek organizowanych w ramach tej oferty (jako własnych imprez szlaku – za zgodą obiektów), a ze strony Biura na przykład o zobowiązanie do zorganizowania po kosztach własnych jednej podróży studyjnej po szlaku raz w ciągu trzech lat (co zapewni promocję szlaku w mediach, ograniczając jednocześnie jej koszty).

Przykład II. Delegacja organizacji eventu. Podmiot (np. stowarzyszenie rekonstrukcji historycznej) otrzymuje zlecenie na doroczną organizację kilkudniowego głównego dorocznego eventu Szlaku Piastowskiego⁹³. Organizator zobowiązuje się do 1) jego zaplanowania i przeprowadzenia w ustalonym miejscu zgodnie z tematyką danego roku ustaloną dla całego szlaku (a nawet według ustalonego ramowego programu, zawierającego 3-4 główne elementy), 2) do przekazania określonego ułamka wpływów za usługi biletowane/opłacane na rzecz Szlaku, 3) do zatrudnienia w obsłudze turystów w pierwszym rzędzie partnerów szlaku, 5) do uwzględnienia jako wykonawców poszczególnych zaplanowanych modułów wymienionych w umowie partnerów obiektu - gospodarza eventu 5) do dystrybucji materiałów promocyjnych szlaku. W zamian otrzymuje 1) zgodę konkretnego obiektu na organizację eventu na jego terenie (w jego bezpośrednim otoczeniu) i zobowiązanie do pomocy logistycznej, nie wymagającej większych inwestycji pieniężnych (np. magazynowanie sprzętów ale też wykorzystanie przyłączy elektrycznych i wodnych), 2) na dany rok tytuł (głównego) „Partnera Roku na Szlaku Piastowskim”, 3) gwarancję współpracy ze strony gminy w określonych przez porozumienie ramach, 4) prawo do sformułowania szczegółowego programu imprezy i doboru wykonawców (z zastrzeżeniem za-

⁹³ Szerzej o znaczeniu tzw. „Święta Szlaku” dla jego integracji jako produktu oraz popularyzacji pisze L. Gawęł [2011] na s. 138nn.

twierdzenia tej listy przez koordynatora szlaku i obiekt), 5) wyłączność na niektóre płatne usługi podczas trwania eventu, 6) prawo doboru pozostałych podwykonawców (może zostać w warunkach umowy ograniczone dodatkowymi kryteriami, gwarantującymi doświadczenie lub jakość usługi), 7) wpis eventu jako głównego punktu rocznego i miesięcznego kalendarza szlaku, 8) deklarację współpracy w promocji (event promuje zarówno organizator jak i szlak oraz jego obiekty we wszystkich dostępnych kanałach), wreszcie 9) komplet materiałów promocyjnych. Tę listę także oczywiście można uzupełnić o inne elementy w zależności od aktualnych możliwości jednej i drugiej strony.

Za pomocą podobnych porozumień można rozwiązać kwestie: organizacji indywidualnych pakietów tematycznych w ramach szlaku, monitoringu i obsługi jego tras alternatywnych (np. rowerowych), obsługi lokalnych produktów szlaku (np. tras w poszczególnych miejscowościach), szkoleń personelu, okresowych badań turystów, realizacji konkretnych przedsięwzięć promocyjnych i innych.

W przypadku omawianego systemu proponowany centralny model koordynacji jest w stanie prawidłowo i efektywnie funkcjonować w sytuacji dobrego porozumienia koordynatora szlaku z głównymi partnerami instytucjonalnymi (urzędy marszałkowskie, zainteresowane powiaty) i regularnych konsultacji między nimi, jak również stałych kanałów konsultacji i ściśle określonych pól współpracy z obiektami. Delegowanie zadań zarządczych przez koordynatora nie powinno przy tym objąć funkcji związanych z relacjami z wymienionymi podmiotami ani którejkolwiek z funkcji istotnych dla codziennego funkcjonowania szlaku, którymi są: monitoring oznaczeń i dostępności obiektów, kluczowe elementy zarządzania informacją, kierowanie promocją systemu, w tym ustalanie jej kierunków i kanałów.

4.3.1.4. Możliwości finansowania koordynacji szlaku.

Profesjonalna koordynacja szlaku, działająca w strukturze biura potrzebuje finansowania zarówno w wymiarze stałym (regularne wpłaty określonych sum na wydatki sztywne), jak i doraźnym (finansowanie jednorazowych inwestycji, akcji, projektów). Głównymi generatorami kosztów są: a) etaty pracowników z ustawowymi obciążeniami i ewentualnym funduszem motywacyjnym, b) bieżące utrzymanie pomieszczeń biura wraz ze środkami komunikacji (Internet, telefon, fax), c) monitoring tras, obiektów i oznaczeń (w tym prawdopodobnie koszt utrzymania służbowego samochodu), d) utrzymanie systemu informacji (domena i portal internetowy, newsletter, tablice informacyjne szlaku, stale wydawany informator, wydawanie kalendarzy eventów), e) organizacja regularnych (np. półrocznych) spotkań gremium strategicznego i kontrolnego (Rady) oraz przynajmniej jednego spotkania wszystkich członków i partnerów szlaku, f) stałe i okresowo ponoszone wydatki na promocję

systemu. W przypadku wyboru szerszego zakresu zadań koordynatora wydatki odpowiednio się zwiększą. Kosztem stałym może być na przykład także g) organizacja głównego eventu, h) regularna organizacja podróży medialnej. Natomiast koszty doraźne mogą objąć realizację projektów promocyjnych (np. filmu o szlaku, wydanie nowego przewodnika), przygotowanie jednolitych elementów wystroju, umieszczanych w obiektach i pomieszczeniach partnerów szlaku (np. wielkoformatowej mapy szlaku).

Aktualny model finansowania koordynacji to składki członkowskie w różnym wymiarze [*Szlak Piastowski* [www 2012](http://www.szlakpiastowski.pl)]. Członkowie instytucjonalni (samorządy) wpłacają określone sumy od liczby mieszkańców danej jednostki (0,10 zł od mieszkańca rocznie), muzea i wystawy - ułamkowe sumy od każdego sprzedanego biletu (0,05 zł), restauracje i hotele – od miejsc konsumpcyjnych lub noclegowych (odpowiednio 2 i 5 zł rocznie), pozostałe obiekty noclegowe, osoby fizyczne i stowarzyszenia – wyznaczoną stałą sumę (od 60 zł w przypadku osób fizycznych do 600 w przypadku podmiotów gospodarczych). System wydaje się funkcjonować poprawnie w odniesieniu do aktualnego, niewielkiego zakresu koordynacji.

Szczegółowe opracowanie i przedstawienie alternatywnych modeli finansowania nie mieści się w zakresie niniejszego opracowania. W tym miejscu ograniczymy się do wskazania możliwości wartych rozważenia w kontekście złożoności struktury analizowanego systemu, różnorodności typów jego obiektów, a także hipotetycznej sytuacji przyjęcia modelu centralnego koordynacji szlaku. Uczyniono przy tym założenie przyjęcia modelu centralnego koordynacji. W zakresie finansowania zapewnia on tę podstawową korzyść, że sam koordynator nie wykonuje znacznej części zadań, lecz ogranicza się do ich inspirowania, monitoringu czy pośrednictwa (w wypadku usług), przez co koszty jego funkcjonowania są mniejsze. Z drugiej strony w tym modelu partnerzy aktywniej niż w innych włączają się w kształtowanie oferty szlaku. Wszystkie trzy opisane poniżej opcje uwzględniają takie warunki, przy przed podjęciem decyzji konieczne byłoby szczegółowe określenia skali potrzeb w zależności od przyjętego na dany okres zakresu działań uwzględnienie potencjału i możliwości poszczególnych partnerów oraz ekonomiczna symulacja.

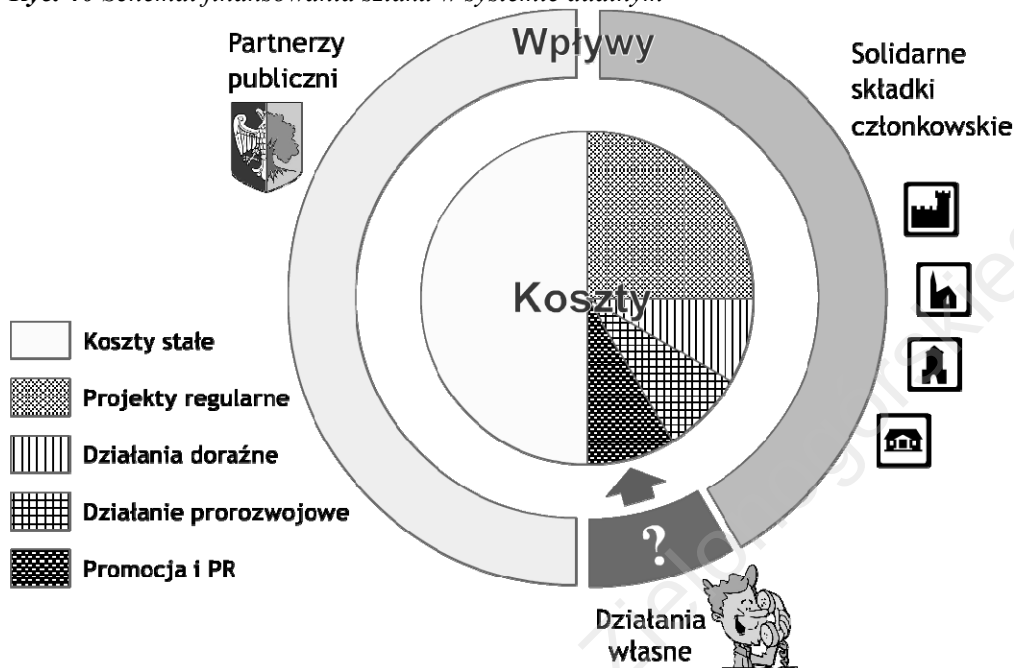
a) System dualny:

Zakłada on dwa podstawowe i proporcjonalne w skali kanały finansowania. Pierwszy z nich stanowią składki podmiotów publicznych (obydwa samorządy wojewódzkie, samorządy powiatowe i gminne) pokrywające wydatki na działalność koordynatora w jej minimalnym zakresie, obejmującym monitoring tras, obiektów i oznaczeń, zarządzanie informacją i częściowo z nią powiązane podstawowe formy promocji (coroczny informator, kalendarz szlaku, newsletter, utrzymanie i aktualizacja portalu

internetowego, być może udział w krajowych targach turystycznych). Pozostałe zadania, tworzące integralną część budżetu rocznego, są w tym systemie finansowane na podstawie odrębnych porozumień okresowych lub projektowych (jednorazowych) zawieranych między koordynatorem a obiektami, partnerami instytucjonalnymi lub ewentualnie komercyjnymi i przewidujących współfinansowanie przez nich według ustalonych proporcji. W tym systemie głównym płatnikiem kosztów stałych byłyby samorządy województw (ewentualnie także samorządy powiatowe i gminne) na podstawie porozumienia o podziale obciążeń kosztów, zakładającego jakiś sprawiedliwy algorytm, który uwzględnia potencjał ludnościowy tych jednostek lub liczbę obiektów szlaku na terytorium danego samorządu, być może także aktualną wielkość ruchu turystycznego w obiektach. Natomiast członkowie (obiekty) szlaku i ewentualnie inni stali partnerzy przejmują solidarnie finansowanie wszystkich elementów koordynacji wykraczających poza zakres minimalny. Dzięki corocznemu ustalaniu zakresu tych zadań oraz współfinansowaniu konkretnych uzgodnionych projektów (np. organizacji pakietów tematycznych na szlaku, realizacji projektów lojalnościowych, eventów, podejmowaniu działań promocyjnych jak organizowanie podróży medialnej, realizacja filmu itd.) wzrasta ich motywacja do współdziałania w ramach szlaku (co z uwagi na jej znaczenie dla integracji można uznać za swoistą wartość dodaną) a widząc odniesienie poszczególnych projektów i działań do własnej oferty mogą włączyć się w finansowanie tych z nich, z których spodziewają się korzyści. To z kolei wymusza na koordynatorze uwzględnianie interesów jak największej liczby uczestników szlaku czyli faktycznego działania w ich wspólnym imieniu. W tym systemie budżet może być dodatkowo uzupełniany przez środki wpływające jako zysk z tytułu działalności własnej koordynatora szlaku, które – zgodnie z decyzją głównych płatników, czyli samorządów i uczestników szlaku - można spożytkować na działania prorozwojowe lub zwrócić samym płatnikom albo odpowiednio zmniejszyć ich wpłatę w następnym okresie rozliczeniowym.

Taka konstrukcja budżetu z jednej strony zapewnia stabilność finansowania szlaku, z drugiej jednak tylko w niewielkim stopniu sprzyja działaniom na rzecz rozwijania jego oferty jako całości lub bardziej intensywnej promocji. W sytuacji licznych potrzeb i ograniczonych dochodów samorządów i instytucji kulturalnych, stanowiących pokaźną część obiektów szlaku, pokusa oszczędzenia dodatkowych wydatków lub nawet zwrotu części wpłaconych środków może okazać się silniejsza niż ich inwestowanie przy braku pewności co do ewentualnych korzyści.

Ryc. 40 Schemat finansowania szlaku w systemie dualnym



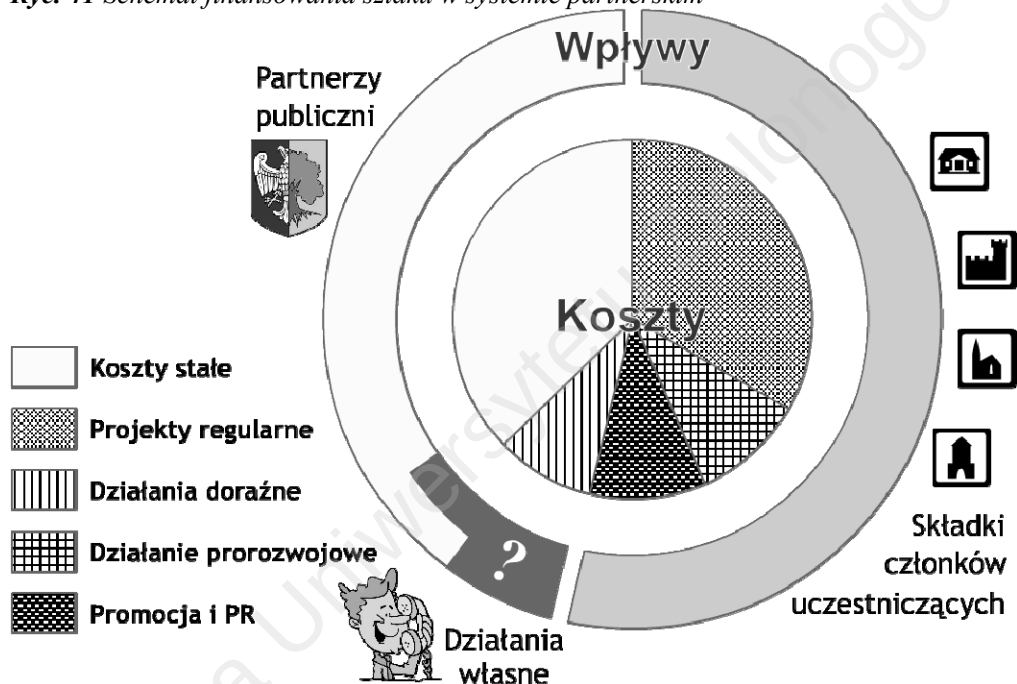
Źródło: opracowanie własne

b) System partnerskiego finansowania projektowego.

System częściowo uwzględnia koncepcję *crowded sourcing*, stosowaną przez niektóre europejskie szlaki kulturowe. Stałe finansowanie minimum koordynacji (w tym samym zakresie jak opisany w poprzednim modelu) pozostaje w nim w gestii partnerów strategicznych, którymi (tak samo jak w systemie dualnym) nadal pozostają obydwie samorządy wojewódzkie. One też przejmują finansowanie wydatków doraźnych. Wszystkie pozostałe elementy działalności koordynatora z założenia mają nie stanowić obciążenia finansowego dla stałych płatników. Jednocześnie rezygnuje się z regularnych obciążeń składkami członków (obiektów) szlaku, którzy tym samym ograniczają koszty swojego udziału do wydatków ponoszonych na tworzenie własnej oferty w ramach szlaku. Ponieważ realizacja pozostałych elementów koordynacji, wykraczających poza minimalny zakres może przynieść dochód bezpośredni (jak w przypadku ofert podróży, przewodnictwa, pobytowych pakietów turystycznych czy nawet eventów) albo skutkować zwiększeniem ruchu turystycznego (jak projekty lojalnościowe, akcje promocyjne) i tym samym przynieść zyski pośrednie, realizuje się je na podstawie jednorazowych porozumień celowych. Dla każdego zadania (traktowanego jako osobny projekt i realizowanego w istocie autonomicznie w stosunku do podstawowego budżetu oraz przez różne grupy podmiotów), pozyśkiwani są płatnicy w gronie członków i partnerów szlaku: obiektów i pozostałych

podmiotów, poza samorządami. Na podstawie warunków porozumienia partycypują oni w kosztach projektu w przypadającym na nich ułamku, ustalonym na podstawie wspólnie przyjętego kosztorysu oraz odnoszą określone (niekoniecznie materialne) korzyści z jego realizacji. W opisywanym systemie ewentualne zyski z działalności własnej koordynatora byłyby zwracane partnerom strategicznym szlaku (pozostali nie mieliby tytułu do decydowania o nich) lub za ich zgodą mogłyby być przeznaczane na przedsięwzięcia służące np. promocji szlaku. Ewentualny udział innych podmiotów w finansowaniu szlaku byłby możliwy np. na podstawie zaproszenia do projektu, kierowanego do nich przez inicjatora lub lidera projektu (którym może być koordynator szlaku lub inny podmiot) za zgodą pozostałych partnerów.

Ryc. 41 Schemat finansowania szlaku w systemie partnerskim



Źródło: opracowanie własne

Taki system niesie ze sobą pewne ograniczenia: wśród nich ryzyko braku porozumienia przy rozbieżności interesów, brak zgody na finansowanie ważnych elementów funkcjonowania szlaku, nie dotyczących bezpośrednio oferty obiektów, możliwość realizacji projektów niekoniecznie służących szlakowi jako całości a w skrajnych przypadkach wręcz stwarzających konkurencję dla oferty niezaangażowanych w projekt obiektów. Z drugiej strony jednak system posiada znaczne zalety: zwiększa świadomość odpowiedzialności poszczególnych podmiotów za „życie szlaku” i ich aktywny udział w kształtowaniu jego oferty, wprowadza elastyczność funkcjonowania systemu i wymusza dostosowywanie aktywności do bieżących potrzeb, a także

stwarza przestrzeń do wprowadzania nowych pomysłów i włączania kolejnych partnerów. Z czysto ekonomicznego punktu widzenia system dualny może zapewnić większą efektywność funkcjonowania szlaku, ponieważ praktycznie wymusza każdorazowe oceny opłacalności poszczególnych projektów.

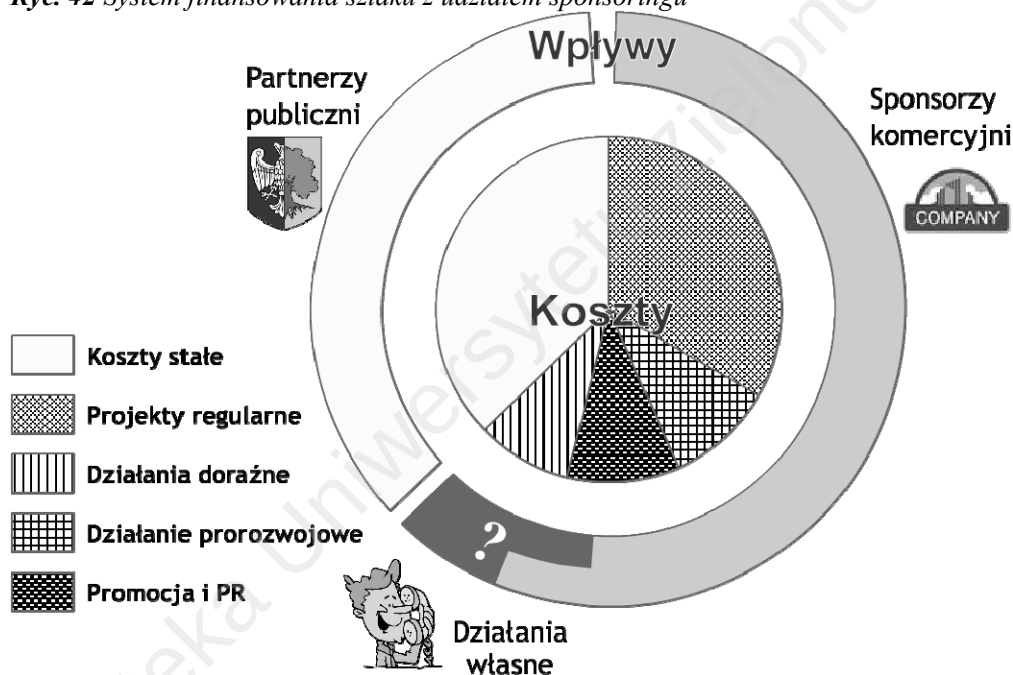
c) System częściowego sponsoringu

Ten model wydaje się bardziej odpowiedni dla szlaków tematycznych, nie eksploatujących dziedzictwa będącego w większości własnością publiczną (jak muzea państwowe) lub instytucji działających na rzecz ogółu społeczeństwa (np. Kościoły), co nie wyklucza całkowicie jego zastosowania, jeśli w strukturze szlaku takie obiekty stanowią znaczną mniejszość a ich opiekunowie nie zgłoszą zastrzeżeń. W tym systemie w znaczniejszej skali w kosztach funkcjonowania szlaku partycypują partnerzy komercyjni, przy czym odpowiedzialni za szlak dbają o obecność jednego lub kilku partnerów kluczowych z większymi zasobami finansowymi lub szerszymi możliwościami świadczenia istotnych dla szlaku usług. Taki partner (lub paru partnerów) może na podstawie wieloletniego porozumienia pokrywać większość kosztów bieżącego funkcjonowania koordynacji (np. za pomocą corocznie przekazywanej ustalonej sumy) albo – co wydaje się rozwiązaniem redukującym obawy przed uzależnieniem) – finansować szereg kluczowych, regularnych projektów szlaku poza samym utrzymaniem koordynacji w jej minimalnym zakresie: na przykład „święta szlaku”, będącego kulminacją jego rocznego cyklu funkcjonowania, lub też może przejąć np. całkowite koszty promocji szlaku. Także w systemie częściowego sponsoringu pewną część budżetu będzie można zapewne pozyskać za pomocą własnej działalności gospodarczej koordynatora, obejmującej m.in. sprzedaż rzeczy i usług, bezpośrednio służących turystom. Zyski z tej działalności mogą zostać bez ograniczeń przeznaczone na rozwijanie oferty szlaku lub np. na działania doraźne.

Podstawową zaletą systemu jest możliwość pozyskania daleko większych środków niż te, które stoją w dyspozycji samorządów i obiektów szlaku, co pozwoliłoby na realizację ambitnych projektów rozwojowych w skali szlaku. Główną jego wadą jest ograniczenie stabilności budżetu, który w tym systemie zależy od kolejnych porozumień z jednym lub kilkoma zewnętrznymi podmiotami, mającymi z reguły interesy inne niż podstawowe cele szlaku. Pewnym dodatkowym ryzykiem jest możliwość uzależnienia funkcjonowania szlaku od strategicznego partnera komercyjnego, a w rezultacie także utożsamienie szlaku w opinii turystów z konkretnym podmiotem lub jego produktami. Dlatego, decydując się na ten system, szczególną uwagę należy poświęcić na skonstruowanie mechanizmów zabezpieczających tożsamość szlaku jako formy ochrony i udostępniania dziedzictwa oraz jego interesy jako niezależnie funkcjonującego systemu organizacji turystyki. Należą do nich: precyzyjna umowa

z partnerami odnosząca się do obustronnych świadczeń (chroniąca szczególnie zasoby kulturowe szlaku, m.in. ich publiczną dostępność i zachowanie estetyki miejsc), regulacje dotyczące wykorzystania marki szlaku przez partnera oraz promocji i sprzedaży produktów czy usług partnera w przestrzeni szlaku, przez jego koordynatora i obiekty, zagwarantowanie niezależności koordynatora i jego biura od sponsora, w tym szczególnie wykluczenie podległości personalnych, sprecyzowane zasady liczenia i badania turystów oraz ich preferencji i zachowań (na co będzie zapewne należał partner), określenie zasad współpracy z innymi partnerami, zapobiegające monopolizacji systemu przez jednego sponsora, a w przypadku wzajemnych rozliczeń wspólnie realizowanych lub finansowanych przez partnera projektów (jak eventy): zabezpieczenie interesów szlaku przez porozumienie o podziale wyłącznie wypracowanego zysku, a nie przychodu.

Ryc. 42 System finansowania szlaku z udziałem sponsoringu



Źródło: opracowanie własne

Przy przyjęciu każdego z proponowanych systemów finansowania koordynacji szlaku dodatkowymi źródłami przychodów (wpływających w nieregularnych wysokościach, ale stale obecnych w budżecie) mogą być a) zysk wypracowany przez koordynatora bezpośrednio (np. dzięki prowadzeniu sklepu, dystrybucji literatury, organizowaniu usług dla turystów) lub b) zysk wygenerowany za jego pośrednictwem na przykład na przez usługi zlecone, obejmujące niektóre elementy oferty szlaku realizowane przez inne podmioty na podstawie umów partnerskich na realizację zawie-

ranych przez koordynatora z poszczególnymi partnerami. Mogłyby one dotyczyć na przykład obsługi turystów zamawiających przez biuro koordynatora np. nocleg, posiłek, oprowadzanie lub cały pakiet lokalny), płatnych usług podczas trwania eventów, sprzedaży literatury, pamiątek i gadżetów w różnych punktach szlaku, wytwarzanych na zlecenie koordynatora (będącego dysponentem zarejestrowanego znaku towarowego szlaku) i dostarczanych do poszczególnych partnerów oraz innych elementów. Przy realizacji omawianego modelu w sytuacji istnienia jednego dużego partnera – sponsora konieczne jest ustalenie realistycznego i elastycznego algorytmu regulującego proporcję wkładów, który spełni następujące warunki: 1. uwzględni sytuację wyjściową (płatników, aktualne proporcje i wysokości składek, wydatki wyjściowe na funkcjonowanie koordynatora oraz na utrzymanie bieżące), 2. zapewni bezpieczeństwo finansowe i niezależność koordynatora i realizacji jego podstawowych zadań, 3. ustali zasady realizacji i finansowania zadań wykraczających poza minimalny zakres, w tym udział innych partnerów oraz środków, ze szczegółowymi wskazaniem dotyczącymi typów podmiotów partnerskich i porozumień z nimi zawieranych, 4. otworzy możliwości finansowania zewnętrznego odrębnych, jednorazowych projektów i mikroprojektów.

Istotną obok kosztów koordynacji kwestią do rozważenia jest finansowanie inwestycji w oznaczenie tras i dojazd/dojście do obiektów w miejscowościach, podstawowe usługi wobec turystów (jak parkingi, miejsca wypoczynku na trasie) a także utrzymanie i poprawę estetyki przestrzeni w otoczeniu obiektów szlaku. Z uwagi na ich charakter te elementy winny finansować lokalne samorządy. Wartą rozważenia w tym kontekście jest zgłoszona w trakcie przeprowadzania wywiadów eksperckich (WE-7) propozycja utworzenia w budżetach gmin odpisów celowych na finansowanie tych zadań i po zebraniu wystarczającej sumy (oraz pozyskaniu ewentualnego wsparcia finansowego z budżetu wojewódzkiego lub w ramach projektów) przystąpienie do ich realizacji (np. budowa parkingu czy miejsc rekreacji w otoczeniu obiektu szlaku, instalacja ławek, oświetlenia, umieszczenie tablic informacyjnych). W kontekście aktualnej sytuacji przebudowy analizowanego systemu, przy poważnym zaangażowaniu samorządów wojewódzkich i z perspektywą uzyskania na najbliższy okres środków publicznych w ramach regionalnych programów operacyjnych realny wydaje się wybór pierwszej lub drugiej z przedstawionych opcji, co jednak nie zamyka możliwości zmiany systemu finansowania w przyszłości z wykorzystaniem opcji trzeciej.

4.3.1.5. Proponowane etapy instalacji komórek zarządczych.

W przypadku badanego szlaku, dla prawidłowego funkcjonowania tego niezbędnego elementu jego istnienia jako nowoczesnego i efektywnego produktu turystycznego

konieczne jest zbudowanie trwałej i uporządkowanej struktury organizacyjnej [Mikos v. Rohrscheidt 2010, s.204-206; Gawel 2011, s. 83] - co może dokonać się w kilku etapach, które poniżej krótko zaprezentowano:

1. **Dookreślenie struktury systemu.** Jest ono zadaniem w ramach aktualnie realizowanej przebudowy, a składają się na nie a) ostateczne i formalne *ustalenie aktualnej listy* obiektów szlaku (a tym samym także jego przestrzeni, czyli listy gmin) oraz b) ustalenie szczegółowego *przebiegu tras szlaku*. Pełna realizacja tych dwóch działań utworzy dopiero fizyczną przestrzeń szlaku – czyli geograficzny i materialny obszar aktywności koordynatora.

2. Kolejnym krokiem wino być **rozgraniczenie kompetencji** pomiędzy Zebraniem Członków Szlaku (jako rodzajem walnego zebrania organizacji), zespołem zarządzania strategicznego (Radą Szlaku) a Koordynatorem Szlaku, czyli podmiotem (komórką) zajmującym się bieżącym zarządzaniem systemem (por. 4.3.1.1.). W ramach tego działania powinny być precyzyjnie określone i zapisane w regulaminach pracy wymienionych podmiotów procedury związane z realizacją poszczególnych zadań. Biorąc pod uwagę zarówno stwierdzone aktualne potrzeby dziedzinie zarządzania systemem, opisane w niniejszym opracowaniu, zadania bieżące lub potencjalne (na przykład wynikające z wymagań realizowanego projektu europejskiego), jak i stojące do dyspozycji środki już na tym etapie należy także dokonać bardziej szczegółowego podziału kompetencji poszczególnych komórek (stanowisk) wewnątrz jednostki koordynacyjnej, rozpisując grupy zadań i określając odpowiedzialność za ich realizację. Mogłoby to być przeprowadzone w oparciu o proponowany model „departamentalizacji” [Gawel 2011, s. 87] z wyodrębnieniem komórek (stanowisk pracy) zajmujących się a) zbieraniem i pozyskiwaniem, przetwarzaniem oraz udostępnianiem informacji, b) promocją i marketingiem szlaku, c) monitoringiem tras, obiektów i usług, d) współpracą z partnerami wszystkich rodzajów (w tym inicjowaniem usług złożonych i ich dystrybucją) e) eventami i projektami specjalnymi, f) oraz bieżącą administracją biura, finansami i księgowością. Tego rodzaju ustalenia i zapisy powinny jednak dopuszczać możliwość elastycznego dopasowania zadań i ich delegacji do zmieniających się warunków, m. in. do przyjętych zasad, oraz źródeł i skali finansowania zarządzania systemem.

3. Następnie (określeniu listy zadań) można podjąć decyzję o skali i systemie **finansowania** działalności koordynatora oraz o trybie rozliczania go z realizacji z zadań (zakres ewaluacji, instancja, która tego dokonuje, tryb i częstotliwość oceny, kryteria oceny efektywności).

4. W ślad za tym powinno zostać dokonane **usytuowanie komórki koordynującej** w strukturze szlaku, na które winny się składać: a) ostateczny wybór modelu koor-

dynacji, b) szczegółowe opisanie relacji koordynatora, w tym jego zadań i kompetencji w stosunku do podmiotów składających się na przestrzeń szlaku i jego partnerów (gmin, usługodawców, organizatorów eventów, innych), w postaci ustalenia treści i wzorów dokumentów / porozumień o udziale w szlaku, w ślad za tym c) formalne ustanowienie koordynatora w stosunku do szlaku jako systemu w postaci regulacji, wchodzącej w życie w konkretnym momencie, wreszcie d) uregulowanie relacji między koordynatorem a obiektami szlaku (ich administratorami) i pozostałymi partnerami przez zawarcie wspomnianych porozumień.

5. Pożądanymi byłyby także **szczegółowy monitoring działania koordynatora** w pierwszym okresie po ustanowieniu, umożliwiający rozpoznanie konkretnych trudności, ustalenie problemów w szczegółowej realizacji przyjętego ogólnego modelu koordynacji oraz stwierdzenie tzw. martwych pól w realizacji poszczególnych zleconych zadań albo poświadczonych modułów usług – i w miarę możliwości usuwanie ich na bieżąco w porozumieniu z partnerami. Na tym pierwszym etapie (trwającym na przykład przez dwa lata i zakończonym wycinkowym audytem) do wsparcia koordynatora można zatrudnić niewielki zespół konsultantów: fachowców dogłębnie zorientowanych w funkcjonowaniu szlaków tematycznych, w tym konkretnych modułów ich organizacji. Mogliby oni także – na zasadzie zadań zleconych - pomóc w tworzeniu koncepcji oraz organizacji poszczególnych elementów koordynacji, w tym zwłaszcza projektów szczegółowych (jak sposoby wykonywania monitoringu, organizowanie sprawnego przepływu informacji, organizacja pakietów tematycznych, koncepcja współpracy z poszczególnymi grupami partnerów, organizacja roku tematycznego i eventu tematycznego, inne).

4.3.2. Partnerstwo dla szlaku – sformalizowana i stała współpraca

Nowoczesny produkt turystyczny nie może funkcjonować na podstawie prowizorycznych porozumień, zawieranych każdorazowo na innych warunkach lub zgoła zwyczajowego podziału poszczególnych usług z ich ewentualnym łąčeniem w przygotowywane *ad hoc* jednorazowe oferty. Brak wspólnie ustalonych i obowiązujących standardów nie sprzyja stabilności partnerów, trwałości ofert wprowadzonych do pakietu propozycji, pozyskaniu zaufania zewnętrznych partnerów (np. biur podróży i innych organizatorów wypraw turystycznych), koniecznemu do trwałego wpisania szlaku na listę wycieczkowych destynacji oraz wzajemnemu respektowaniu cen jednostkowych czy rabatów. Audyt szlaku wykazał zasadniczy brak istnienia takich standardów, brak trwałych porozumień (partnerstwa) między koordynatorem szlaku oraz znakomitą większością obiektów i lokalnych operatorów z jednej strony a poszczególnymi usługodawcami (jak gestorzy transportu, obiekty gastronomiczne, noclegowe, organizatorzy eventów i oferenci mikroeventów, inni) z drugiej. Zmiana

tego stanu rzeczy stanowi istotny i pilnie potrzebny krok na drodze do materializacji szlaku, w tym profesjonalizacji jego oferty i usprawnienia procesów jej tworzenia (zestawiania) oraz uruchamiania i realizacji w poszczególnych miejscach i przypadkach. Poniżej wyartykułowano niezbędne przedsięwzięcia, których realizacja stworzy bazę do formalnego i trwałego partnerstwa na rzecz szlaku – materializującego się w konkretnych ofertach, zarówno lokalnych, jak i tych o charakterze przekrojowym.

a) W ramach funkcjonowania szlaku przedmiotem standaryzacji powinny stać się w pierwszym rzędzie dwa ważne aspekty, gwarantujące jego fizyczną obecność i rozpoznawalność w przestrzeni oraz płynność bieżącego działania. Chodzi o monitoring oznaczenia tras szlaku i związaną z nim akumulację środków na jej utrzymanie i uzupełnianie oraz o regulację przepływu informacji pomiędzy podmiotami szlaku (koordynatorem a obiektami) i jego stałymi strategicznymi partnerami (np. komórkami zarządzania turystyką, finansującymi szlak samorządami). Preferowaną formą kontaktów i obustronnego przekazu informacji może być zamknięty mailing w postaci własnej listy dyskusyjnej szlaku.

b) Powinny zostać wyodrębnione poszczególne rodzaje umów partnerskich i opracowane ich jednolite podstawowe wzory. Ze względu na charakter podmiotów i zakres współpracy inne cele i warunki powinny mieć umowy zawierane z obiektami niż z oferentami usług czy partnerami zewnętrznymi. Należy więc skonstruować umowy charakterze „usługowym” (dla pojedynczych usług), „umowy wycieczkowe”, „partnerskie” i „obiettowe”, w razie potrzeby również inne. Porozumienia „obiettowe” zostały szerzej opisane wyżej (4.1.5.2). Z kolei umowy z gestorami usług mogą zawierać zobowiązania co do ich struktury (składu oferty) i trwałości przynajmniej na okres jednego pełnego sezonu, gwarancji utrzymania ceny oraz rabatu dla turystów „przysyłanych” przez koordynatora czy innego partnera szlaku albo projektu lub korzystających z jego pakietu - ze strony szlaku natomiast zobowiązania do promocji usługi w materiałach, a nawet do wyłączności świadczenia tej usługi na rzecz szlaku w określonym miejscu lub danym zakresie, co oczywiście nie oznacza wykluczenia innych podmiotów z rynku, a tylko zobowiązanie szlaku do uwzględniania danego oferenta w usłudze oferowanej turystom w danym miejscu i sezonie przez koordynatora, gwarancję do umieszczenia jego usługi w ofercie szlaku, kalendarzu imprez i tak dalej. Z kolei umowy z partnerami zewnętrznymi mogą gwarantować gotowość do świadczenia określonego pakietu usług ze strony koordynatora na rzecz ich klientów lub grup przez nich organizowanych (do pełnego programu pobytu włącznie) na uzgodnionych warunkach płatności.

c) W umowach wszystkich typów muszą zostać wyraźnie określone cele obydwu umawiających się stron oraz opisane standardy świadczonej usługi. Jednolity standard dla szlaku powinien obowiązywać w kwestii procedur zawierania, kontroli jakości usług i przestrzegania poszczególnych ustaleń. Ze względu na specyfikę produktu turystycznego, w którym podstawowe znaczenie ma elastyczność na etapie wykonania usług, a bardzo wiele zależy od szybkiej informacji, jednolitym standardem powinien być objęty także przepływ informacji pomiędzy partnerami umowy, a więc na liniach: szlak – usługodawca, szlak - obiekty, szlak – organizator eventu, szlak- gestor lokalnego produktu czy w innych relacjach.

d) Poszczególne umowy muszą respektować jako normy wyższej rangi założenia (standardy) ogólne przyjęte dla szlaku jako systemu. Stanowi to gwarancję, że nie będą one sprzeczne na przykład z ogólnymi przyjętymi zasadami oznaczenia (identyfikacji), współpracy w zakresie dystrybucji materiałów albo promocji obiektu / partnera przez szlak. Umowy jednostkowe powinny jedynie precyzować warunki i zobowiązania odpowiadające ogólnym ramom tych standardów. W szczególności dotyczy to kwestii tak istotnych dla funkcjonowania szlaku jak oznaczenie obiektu, jego dostępność dla turystów, obecność określonych usług gwarantowanych czy promowanych przez szlak, respektowanie rabatów, obsługa na miejscu projektów szlaku (np. potwierdzanie pobytu uczestników projektów i konkursów) tryb tworzenia i wpisu imprez do kalendarzy szlaku z jednej strony oraz tryb dystrybucji materiałów i kalendarzy szlaku z drugiej. Tylko w ten sposób można zapewnić w skali systemu poziom usług, który może stać się rozpoznawalnym markowym znakiem jakości.

e) Zawieranie umów i określanie pól współpracy na rzecz szlaku ma sens wtedy, gdy istnieją przesłanki do przyjęcia, że będą one honorowane, w rezultacie czego partnerzy nie tylko będą mogli liczyć na wzajemność świadczeń (korzyści), ale i docelowi beneficjenci – turyści – będą mieli gwarancje skorzystania z nich. Wówczas stanowiące przedmiot umów konkretne rozwiązania, pakiety, propozycje i usługi będą postrzegane jako spolegliwe i szybko uzyskają dobre oceny konsumentów, co w efekcie przyniesie szlakowi jako całości wzrost atrakcyjności. Aby tak się stało, konieczne są konkretne sposoby egzekwowania umów, obejmujące nie tylko dokładny opis świadczeń, ale także tryb reklamacji oraz listę ewentualnych rekompensat za ich niedotrzymywanie. W szczególności obwarowany takimi konsekwencjami powinien być brak udostępniania obiektu turystom w deklarowanym czasie dostępności, ponieważ ta właśnie sytuacja wywołuje największe rozczarowanie konsumentów (którzy nierzadko odbyli podróż lub jej odcinek w celu zwiedzenia obiektu, uważanego przez nich za atrakcję szlaku). W odniesieniu do tematycznego szlaku tury-

stycznego, którego jednym z głównych celów jest tworzenie profilowanej oferty i gwarancja jej dostępności na miejscu, jest to największa możliwa szkoda dla jego image jako produktu turystycznego. Opisanym gwarancjom dla szlaku powinno z drugiej strony towarzyszyć zabezpieczenie interesów partnera, dające mu możliwość skutecznego dochodzenia zadośćuczynienia w przypadku nie wywiązywania się przez szlak z jego zadań. Przedmiotami takich gwarancji w przypadku obiektu będą m.in. informacja i promocja w ofercie szlaku, umieszczenie na listach programów turystycznych wypraw, włączenie do grupy uczestników projektów („silników”), w przypadku obiektu noclegowego - uwzględnianie w propozycjach pakietów przekrojowych i lokalnych, w przypadku oferenta usług przewodnickich czy transportowych - pierwszeństwo w kierowaniu zleceń przewodnictwa czy transportu przy porównywalnych warunkach ich świadczenia, i tak dalej.

4.3.3. Dystrybucja usług

Analizując to zagadnienie należy przyjąć wstępne zastrzeżenie, że szlak koordynowany w modelu centralnym nie ingeruje w usługi świadczone w obiektach, zachowując ich autonomię funkcjonowania jako poszczególnych celów wyjazdów turystów. Może to robić tylko na podstawie porozumienia niejako w zastępstwie samych obiektów, które nie są zainteresowane bezpośrednią aktywnością usługową. Tak może być na przykład w wypadku niektórych obiektów sakralnych, których zwiedzanie może organizować inny podmiot, albo obiektów ogólnodostępnych nie posiadających etatowego administratora jak miejsca archeologiczne, pomniki. Przystępując do nowej organizacji Szlaku Piastowskiego należy ustalić listę takich obiektów i porozumieć się z obiektami potencjalnie „biernymi”, aby uzgodnić te kwestie i w ten sposób uniknąć białych plam na mapie lokalnych usług szlaku.

Wśród typowych, najczęściej oczekiwanych usług turystycznych szlaku świadczonych bezpośrednio turystom, obok wspomnianych w innym miejscu systemów rabatowych i uczestnictwa w eventach (o ile szlak je organizuje) znajdują się: propozycje zbiorowych wycieczek, indywidualne pakiety tematyczne oraz usługi proste i pakiety lokalne, świadczone w konkretnych miejscach poza obiektami lub łączące zwiedzanie większej ich ilości albo zwiedzanie ich w powiązaniu ze zwiedzaniem innych atrakcji. W danym przypadku kanały dystrybucji usługi mogą być te same lub inne, w zależności od typu danej oferty. Należy przy tym zauważyć, że w tej grupie usług szlak (widziany jako system, produkt turystyczny czy oferent – słowem operator) nie posiada wyłączności. Wolność gospodarcza zakłada prawo do organizacji wycieczek i pakietów oraz świadczenia usług turystycznych innych podmiotów spełniających warunki prawa. Jednak zarządca szlaku lub inne podmioty partnerskie mogą, a

w warunkach braku aktywności innych nawet powinny tworzyć i proponować takie oferty.

Uniwersalnym kanałem dystrybucji wszystkich wymienionych ofert jest **portal internetowy koordynatora** szlaku, za którego pośrednictwem indywidualni turyści i touroperatorzy mogą je zamawiać, zestawiając przy tym ich poszczególne moduły przez ich wybór na interaktywnym formularzu kontaktowym (np. php). Koordynator jako odbiorca takiego zamówienia może wówczas 1) zrealizować je sam (jeśli jego działalność obejmuje świadczenie tych usług), 2) wykonać częściowo jako usługę własną, dołączając komponenty oferowane przez partnerów, lub 3) w całości zlecić partnerowi szlaku albo zewnętrznemu podmiotowi. W tym ostatnim przypadku ogranicza się do pośrednictwa, zapewnia jednak szlakowi funkcjonowanie danej oferty i ewentualnie generuje dla systemu (lub siebie jako koordynatora) niewielki zysk. Oczywiście równolegle samo biuro koordynatora może i wtedy pozostać kanałem dystrybucji usług własnych i pośrednictwa w sprzedaży wszelkich innych usług świadczonych na szlaku na poziomie powyżej pojedynczych obiektów, przyjmując zamówienia telefonicznie lub podczas wizyty klientów i sprzedając im je w postaci gotowych pakietów czy usług prostych albo komponując dla nich zamówione oferty złożone.

Także wycieczki po szlaku lub wycieczki przekrojowe po wybranych obiektach może organizować partner szlaku, będący tourooperatorem - o ile między nim a koordynatorem istnieje porozumienie. Wówczas wykonując jego warunki partner przejmuje tego rodzaju zamówienia od koordynatora. Podejmuje się on realizacji każdego typu zamówienia, zaakceptowanego i przekazanego przez koordynatora, spełniając przy tym warunki umowy (np. włączając do pakietu w pierwszym rzędzie moduły proponowane przez pozostałych partnerów szlaku) ale i korzystając z ustalonych na mocy porozumienia świadczeń i przywilejów (np. wynegocjowanych rabatów w obiektach). Partner może równolegle proponować usługi bezpośrednio, przez własny portal i własne biuro obsługi klientów, a także promować je samodzielnie przez własny system katalogów, newsletterów i uczestnicząc w targach lub realizując przedsięwzięcia reklamowe w mediach.

Pakiety indywidualne może sprzedawać zarówno partner organizujący wycieczki zbiorowe, jak i inny partner szlaku (w Polsce do tej działalności wymagany jest wpis do ewidencji organizatorów turystyki i pośredników turystycznych, zakładający spełnienie wymogów nakładanych przez prawo). W imieniu szlaku i we własnym imieniu pakiety lokalne (obejmujące na przykład nocleg, posiłki i zwiedzanie miejscowych i okolicznych obiektów szlaku oraz inne wybrane moduły, m.in. rekreacyjne) może komponować i sprzedawać na przykład posiadający taki wpis miejscowy hotel, działający na zasadzie biura obsługi lokalny punkt informacji turystycznej albo

odrębne biuro obsługi ruchu turystycznego, funkcjonujące w ramach organizacji (jak np. PTTK) lub będące podmiotem prywatnym. Nic nie stoi na przeszkodzie, by czynił to także obiekt szlaku posiadający sprawną strukturę organizacyjną, o ile uzyska wspomniany wpis do ewidencji. W strukturze Szlaku Piastowskiego są obiekty, które mogłyby o taki wpis zabiegać, m.in. poznański Trakt Królewsko-Cesarski, w tej grupie mogą znaleźć się jednak również, szczególnie te posiadające własne miejsca noclegowe (jak Muzeum Archeologiczne w tym samym mieście).

Przekrojowe pakiety tematyczne, obejmujące m.in. zwiedzanie serii obiektów o podobnym profilu w różnych miejscowościach i usługę noclegu, lokalnego przewodnictwa oraz opcjonalnie inne (w miarę rozwijania infrastruktury na przykład także wypożyczenie roweru) obok koordynatora może sprzedawać dowolny podmiot, posiadający wpis do wspomnianej ewidencji. Ze względu na specyfikę tej grupy produktów, wykraczających poza ramy lokalne i przez to będących w istocie indywidualnymi wycieczkami po szlaku, dobrze byłoby, by podmiot ten był partnerem szlaku, tym samym z jednej strony zapewniał systemowi taki rodzaj obsługi, z drugiej na mocy porozumień zbiorowych w ramach szlaku lub z poszczególnymi obiektami miał zagwarantowane ułatwienia i rabaty, umożliwiające redukcję kosztów turysty lub dodatkowe świadczenia na jego rzecz. Dystrybucję pakietów ich oferent może realizować tak w sieci szlaku (przez jego portal), jak przez własne kanały.

4.3.4. Informacja

Zarządzanie informacją obejmuje jej zbieranie, przetwarzanie, aktualizowanie i dystrybucję. Każdy z tych elementów zasługuje na odrębną analizę. W tym miejscu ograniczymy się do wskazania optymalnego modelu współpracy obiektów i lokalnych systemów informacji, tworzących podstawę dla efektywnego zarządzania informacją na temat szlaku. Osobną kwestią, wykraczającą poza zakres niniejszego opracowania, jest polityka informacyjna poszczególnych obiektów i partnerów szlaku.

Zarządzanie informacją jest jednym z podstawowych zadań koordynatora szlaku, należącym do minimalnego zakresu koordynacji. Sama dystrybucja informacji o szlaku jako systemie tematycznego zwiedzania jest realizowana w trzech zasadniczych formach: a) **informacji „in situ”**, dostępnej w fizycznej przestrzeni szlaku (to informacja zamieszczana i udzielana w obiektach i lokalnych punktach informacji turystycznej, tablice informacyjne na trasach i miejscowościach oraz przed obiektami), b) **informacji operacyjnej** służącej do wykorzystania w ramach planowania i odbywania konkretnej podróży, dostępnej w dowolnym momencie i z dowolnego miejsca (połączenie telefoniczne z biurem koordynatora, interaktywny portal informacyjny szlaku i portale obiektów oraz pozostałych partnerów) oraz c) informacji

„utrwalonej”, realizowanej w formie przewodników, kalendarzy szlaku i innych wydawnictw. Informacja w swoich poszczególnych formach może i powinna być realizowana z użyciem także różnych innych dostępnych kanałów. Propozycje konkretnych rozwiązań związanych z oznaczeniem tras i obiektów przedstawiono w innym miejscu w tym rozdziale (4.1.5.4; 4.2.2.). Pozostaje zatem skoncentrować się na pozostałych dwóch formach.

Z uwagi na szybkość przekazu danych, niewielkie koszty dla wytwórcy i odbiorcy informacji, a także powszechną i niezależną od ograniczeń czasowych dostępność, najważniejszą rolę wśród kanałów informacji operacyjnej odgrywa dziś Internet.

Zarówno dla turystów na szlaku jak i dla zwiedzających pojedyncze obiekty Internet jest najczęściej głównym źródłem informacji przed podjęciem podróży oraz jednym z najważniejszych i nieznacznie tylko ustępującym innym podczas pobytu w przestrzeni szlaku (por. rozdz. 3.1.7.; 3.2.6.). Dla administratorów obiektów, organizacji koordynującej szlak, jego partnerów oraz komórek informacji i promocji turystyki gmin w jego przestrzeni wynikają z tego dwa zalecenia. Po pierwsze, administratorzy obiektów, komórki informacji i promocji turystyki gmin w przestrzeni szlaku ale także organizacja koordynująca szlak oraz jego partnerzy winni pilnie poprawić bieżącą aktualizację i zadbać o zrozumiałą formę przekazu informacji w materiałach obiektów, gmin i oferentów poszczególnych usług. Po drugie powinny zostać podjęte wysiłki zmierzające do zwiększenia prezencji szlaku i jego oferty w innych niż Internet kanałach informacji, przy czym zdecydowanie szerzej powinno się wykorzystać media tradycyjne jak telewizję i radio oraz gazety regionalne (w tym ich okresowe wkładki turystyczne). Zdecydowanie bardziej niż dotychczas te media należałoby wykorzystać szczególnie w tych regionach kraju, gdzie wiedza o obiektach Szlaku Piastowskiego, jego przestrzeni turystycznej a także samej ofercie szlaku jest niewielka.

Istniejący **portal internetowy szlaku** powinien być rozbudowany do postaci profesjonalnego (patrząc od strony koordynatora) i interaktywnego (od strony odbiorcy) narzędzia informacji.

Obok standardowych modułów, takich jak dane teleadresowe koordynatora i podstawowe informacje na temat profilu i atrakcji szlaku, jego niezbędnymi elementami muszą być:

- a) interaktywne kanały pośrednictwa usług turystycznych (np. formularze zamówień oprowadzania z gwarantowanym potwierdzeniem zamówienia, formularze zamówień pakietów, zawierające opcje wyboru poszczególnych modułów),
- b) powiązanie z podobnymi systemami rezerwacji podmiotów partnerskich (np. obiekty noclegowe i gastronomiczne w przestrzeni szlaku, oferty lokalnych pakietów, gestorzy poszczególnych usług i inne podmioty),

- c) „podstrony” informacyjne poszczególnych obiektów szlaku, funkcjonujące jako moduły autonomiczne (czyli posiadające w dowolnym momencie możliwość dostępu i aktualizacji ze strony administratorów tych obiektów), co zapewni aktualność informacji przy jednoczesnym pozostawieniu zadania jej umieszczania personelowi obiektu. W przypadku istnienia własnych, niezależnych od szlaku portali obiektów konieczne jest trwale ich powiązanie w postaci „linka” z portalem szlaku – co jest podstawowym wymaganiem nowoczesnych systemów turystycznych. Najlepszą formą realizacji tego jest zaopatrzenie samych portali obiektów w - jednolicie zaprojektowany - moduł dotyczący Szlaku Piastowskiego jako całości i powiązany linkiem z portalem szlaku. W ten sposób odbiorca nie tylko uzyskuje możliwość dostępu do kompleksowej informacji, ale zachodzi także efekt synergii szlaku w postaci wzajemnej promocji. Obok obcojęzycznych wersji portalu szlaku jak najszybciej powinny także zaistnieć obcojęzyczne wersje portali obiektowych, przynajmniej w językach najbardziej potrzebnych w kontekście potencjalnych możliwości przyciągnięcia turystów zagranicznych (w przypadku Szlaku Piastowskiego obok języka angielskiego powinny to być w pierwszym rzędzie wersje: niemiecka i rosyjska).
- d) Portal szlaku powinien być kanałem świadczenia konkretnych usług informacyjnych, między innymi darmowej dystrybucji kalendarza rocznego i miesięcznego szlaku, regularnej wysyłki newslettera do zapisanych odbiorców (w szczególności do touroperatorów, szkół, stowarzyszeń, redakcji mediów), może jednak także prowadzić księgarnię internetową, umożliwiając w ten sposób bezpośrednie nabycie jak największej liczby publikacji na temat szlaku i zapewniając w ten sposób koordynatorowi dodatkowy, niewielki przychód.

Realizacja „informacji utrwalonej” obejmuje m.in. redakcję przewodników po szlaku. Może być ona wykonana jako zadanie własne lub powierzona podmiotom zewnętrznym z ewentualnym wsparciem koordynatora, o ile w zakresie jego zadań nie znajdzie się działalność wydawnicza. W tej pierwszej sytuacji (zwłaszcza, jeśli wydanie i dystrybucja przewodnika po szlaku zostaną ocenione jako działalność dochodowa) koordynator może wprost zlecać kompetentnym autorom redakcję różnego rodzaju przewodników, dostarczając im kompletu informacji, źródeł, opracowań i elementów graficznych, wytworzonych dla niego i objętych jego prawem dystrybucji (jak zdjęcia, plany itd.), po czym nabywać i zachowywać prawa do ich rozpowszechniania. W przypadku drugim, gdy nie planuje się takich zadań dla koordynatora, może on dostarczać autorom zainteresowanym wytworzeniem materiałów wiarygodnej i aktualnej informacji (co jest jego najważniejszym wkładem w projekt i jednocześnie realizacją zadań informacyjnych w stosunku do szlaku), a następnie podejmować się dystrybucji materiału w wewnętrznych kanałach szlaku (sklepach

i kioskach obiektów, punktach informacji, internetowej księgarni szlaku) przy okazji zapewniając sobie uczestnictwo w zyskach.

Natomiast sporządzanie i dystrybucja informatorów na temat szlaku i jego oferty, nie wymagających dłuższej obróbki literackiej i nie zawierających szczególnie atrakcyjnej i droższej w wykonaniu szaty graficznej powinna odbywać się regularnie w ramach zadań własnych koordynatora. Taki aktualny informator, zestawiany na podstawie zebranych informacji powinien być darmowo udostępniany na portalu szlaku (np. w formie pliku PDF do ściągnięcia) i przekazywany do obiektów, punktów informacji, innych partnerów, współpracujących mediów i potencjalnych odbiorców oferty szlaku w większej skali (jak touroperatorzy, szkoły itd.). W podobnym trybie powinien być redagowany i rozprowadzany integralny element aktywnej informacji - kalendarz szlaku, o czym szerzej napisano powyżej.

4.3.5. Promocja

Także nowoczesna promocja szlaku turystyczno-kulturowego stanowi dziś stale rozszerzające się pole zagadnień. Obejmuje ono między innymi takie kwestie jak: rozpoznawanie i monitoring zachowań grup docelowych, analiza sposobu działania, efektywności i kosztów wykorzystania poszczególnych kanałów promocji, optymalny wybór podmiotów tworzących koncepcje i strategie promocji, dobór narzędzi i tryb ich zestawiania, dobór form materiałów informacyjnych (publikacje, newsletter, pomoce edukacyjne, plakaty, artykuły promujące, audycje i filmy), ich tworzenie, bieżąca dystrybucja materiałów promocyjnych (w tym zestawianie listy adresatów i sposoby zapewnienia ich optymalnej ekspozycji oraz wykorzystania), zasadność, koszty i pożądaną częstotliwość podejmowania oraz wybór wykonawców regularnych akcji promocyjnych takich jak ogłoszenia prasowe i inne reklamy medialne, promocja podczas imprez, udział w targach branżowych (turystycznych, edukacyjnych i innych), tworzenie i prowadzenie internetowych stron fanów, podejmowanie jednorazowych projektów takich jak konferencje popularyzacyjne, podróże medialne i inne.

Fakt że nawet wielu turystów zwiedzających faktycznie szlak lub przynajmniej znaczną grupę jego obiektów (niemal 40%) realizuje to „pod innym szyldem”, np. jako wycieczkę do grupy atrakcji kulturowych (3.1.2.) powinien stać się punktem wyjścia dla przemyślanego programu promocji szlaku właśnie jako zespołu obiektów nie tylko posiadających unikalne walory, ale jednocześnie powiązanych w grupy o podobnych profilach i jako takie mogących być celami interesujących wycieczek. Innego świadectwa nieskuteczności informacji o szlaku oraz jego promocji nawet w obrębie jego fizycznej przestrzeni dostarcza badanie turystów zwiedzających poszczególne obiekty szlaku bez korzystania z jego oferty jako systemu (rozdz. 3.3.1) –

wysoki odsetek odpowiadających stwierdza, że nie słyszało o istnieniu Szlaku Piastowskiego, choć jednocześnie w tej samej grupie turystów istnieje wysoki poziom zainteresowania dla tematyki eksploatowanej przez szlak. Wynika z tego, że stanowią oni istotny rezerwuuar potencjalnych turystów na szlaku. Z kolei znaczna rozpiętość udziału turystów zwiedzających szlak w stosunku do ogółu zwiedzających jego obiekty (od 5% do ponad 70%) wskazuje na różną skalę wpływu funkcjonowania szlaku na ruch turystyczny w poszczególnych miejscowościach w jego przestrzeni (por. rozdz. 3.4). W naturalny sposób najmniejszy jest on w ośrodku metropolitalnym (Poznań), posiadającym różnorodną ofertę turystyczno-kulturową oraz własny system promocji turystycznej, dzięki czemu stanowi cel licznych wypraw organizowanych grupowo lub indywidualnych wyjazdów, natomiast największy - w miejscowościach małych, nie posiadających prócz obiektów szlaku innych znaczących atrakcji turystycznych. Właśnie do tych obiektów znacznie większy odsetek zwiedzających trafia tylko dlatego, że funkcjonują one w ramach szlaku. Badanie turystów potwierdza zatem tezy teoretyków turystyki kulturowej, że największą korzyść z efektu synergii, generowanego przez szlak odnoszą najmniejsze miejscowości i mniej znane obiekty oraz że przekonanie turystów zwiedzających większe ośrodki do skorzystania z pozostałej części oferty szlaku mogłoby skutkować przedłużeniem pobytu w regionie.

Ta wiedza powinna być wykorzystana przez podjęcie intensywniej akcji promocyjnej szlaku adresowanej 1) do zwiedzających jego obiekty, realizowanej w tych obiektach, 2) do przebywających w przestrzeni szlaku w ramach innego rodzaju pobytu (np. urlopu wypoczynkowego lub zdrowotnego), realizowanej w miejscowościach oraz ośrodkach noclegowych, wreszcie 3) do turystów zwiedzających największe ośrodki miejskie w przestrzeni szlaku, realizowanej w miejskich ośrodkach informacji turystycznej i innych punktach dystrybucji tej informacji. Przedmiotem promocji powinny być popularyzacja propozycji odbycia dłuższej wyprawy, ukierunkowanej na zwiedzanie systemu jako integralnej oferty lub propozycje wyjazdów do najbliższych innych obiektów Szlaku Piastowskiego. Z pewnością pomocne będzie wprowadzenie tablic szlaku umieszczanych przy wszystkich obiektach, a także ulotki i informatory rozprowadzane wśród zwiedzających obiekty lub np. wykorzystanie powierzchni biletów do obiektów dla promocji szlaku. W interesie komercyjnej oferty szlaku (w tym organizowanych cyklicznych eventów, aktywności obiektów) oraz zwiększenia skali czynnego uczestnictwa w kulturze w obszarze, gdzie zlokalizowane są jego obiekty i w najbliższej okolicy, potrzebne są zdecydowane działania zwiększające prezencję szlaku i jego obiektów w lokalnych mediach oraz bardziej aktywna współpraca z placówkami edukacyjnymi i organizacjami prowadzącymi działalność kulturalną lub/i oświatową.

Nie deprecjonując pozostałych form i zalecając rozważenie ich wykorzystania w konkretnych działaniach, ze względu na ograniczenia wynikające z celów i zakresu pracy ograniczymy się w tym miejscu do wskazania tych spośród pozostałych możliwych form promocji, które jako szczególnie pożądane artykułowali pytani eksperci oraz tych, które zostały uznane za najbardziej efektywne w analizach dotyczących funkcjonowania szlaków tematycznych.

Jak wspomniano powyżej, konieczność aktywnej promocji szlaku dostrzega bardzo duża grupa pytaných ekspertów [WE-1; 5; 9; 12; 13; 14; 15; 17; 19; 20; 22; 23; 25; 26; 28; 29; 30; SCZ]. Ich postulaty odnoszą się do kilku głównych aspektów:

Założenia: W opinii niektórych z ekspertów promocja powinna dokonywać się w pierwszym rzędzie przez odpowiednio atrakcyjną i uwzględniającą regularną zmianę form i treści prezentację poszczególnych obiektów. Warto przy tym zwrócić uwagę na doświadczenie wyartykułowane w trakcie wywiadów jako opinia, że nieme zabytki przyciągają turystę tylko raz, podczas gdy ich prezentacja jako miejsc żywych i oferujących nowe wrażenia może uczynić je celami wielokrotnej podróży [WE-3]. Promocja może być skuteczna, jeśli będzie bazować na realiach, a nie wyobrażeniach wynikających z teoretycznego modelu edukacji. W przypadku Szlaku Piastowskiego należy wyjść z założenia *zupelnej niewiedzy* potencjalnych odbiorców oferty i rozpocząć promocję tak, jakby nikt nic o Piastach nie wiedział – ten sam model, który sprawdził się we wspomnianej promocji Krakowa [WE-6; por. 4.1.1.]. Trzeba zatem od podstaw – ale w atrakcyjnej formie - przypominać, skąd wziął się ten szlak i jaki typ doświadczeń turystycznych proponuje, skąd biorą się te narracje i te tradycje, po co warto tu przyjechać.

Adresaci. Promocja nie może być kierowana tylko do dotychczasowych odbiorców, jak szkoły [WE-15], ale także do indywidualnych turystów (w tym rodzin) – co oznacza konieczność znalezienia/wykreowania kanału, za pomocą którego można do nich dotrzeć [WE-23]. Bezpośrednia promocja szlaku winna odbywać się też za granicą i być skierowana do touroperatorów i potencjalnych grup turystów indywidualnych. Jako kraje docelowe takiej promocji wskazano imiennie Niemcy, Szwajcarię, Szwecję [WE-15; 30], Wszelako wydaje się, że w kontekście sąsiedztwa, wspólnych elementów historii oraz aktualnie obserwowanego ożywienia turystyki na danej linii, do rozważenia jako kierunki promocji są także społeczeństwa Litwy, Czech, Ukrainy i europejskiej części Rosji.

Wykonawcy: promocji szlaku oczekuje się nie tylko od koordynatora (którego wskazuje duża grupa ekspertów), ale też od partnerów, w tym tych zewnętrznych (jak biura podróży). O ile doświadczenia szeregu mniej znanych obiektów wskazują, że samodzielna promocja nie przynosi większych efektów, to włączenie do niej ko-

ordynatora szlaku i biur podróży (przez kanały dystrybucji w ramach ich oferty) może przynieść o wiele lepsze skutki [WE 22].

Instrumenty: Obiekty partnerskie muszą zostać wyposażone w materiały informacyjne szlaku a ich pracownicy powinni przejść szkolenia z wiedzy o Szlaku Piastowskim, bo często to oni właśnie są pierwszymi pytanymi o atrakcje w regionie [WE-23]. Oferta szlaku może być też popularyzowana pośrednio, przez promowanie poszczególnych obiektów poza jego przestrzenią (przykładem mogą być miejsca, gdzie znalazły się odniesienia do obiektów szlaku: np. miniaturę Słupa Konińskiego umieszczono w parku miniatur w Gorzowie [WE-13]) oraz przez (krzyżujące się) powiązania z innymi szlakami w Polsce i Europie o podobnym, historycznym profilu [WE-3]. Zdaniem grupy ekspertów skutecznym instrumentem promocji będzie kalendarz szlaku [WE-3;4; 13].

Kanały: Jako preferowane kanały promocji wskazano Internet, w tym portal i newslettery, [WE-6; 19], targi turystyczne [WE-6], media różnego typu, w tym prasę [WE-28].

Stwierdzony w badaniach turystów fakt wysokiego poziomu zainteresowania poznawaniem historii Polski oraz własnego regionu (Wielkopolski / Kujaw) także w grupie osób z okolicy, zwiedzających obiekty szlaku (68,2% na dwóch najwyższych poziomach wskazań - 3.3.2) można wykorzystać w ramach promocji szlaku jako integralnej propozycji, skierowanej do mieszkańców obydwu wspomnianych regionów. Pierwszymi i najtańszymi sposobami realizacji takiej promocji mogłoby być wspomniane umieszczenie tablic z mapami szlaku przy wszystkich obiektach, dystrybucja we wszystkich obiektach darmowych materiałów informacyjnych szlaku, wykorzystanie powierzchni biletów wstępu dla promocji szlaku lub nawet (sezonowo) konkretnych organizowanych w jego przestrzeni eventów. Odrębnego opracowania i budżetu wymagałaby natomiast akcja rozsyłania informacji o aktualnych wydarzeniach związanych z funkcjonowaniem szlaku oraz ofert zwiedzania i wycieczek do szkół i innych instytucji oraz organizacji społecznych w poszczególnych miejscowościach.

4.3.6. Personel.

Znaczenie tego aspektu funkcjonowania oferty, jak również jego nienajlepszy stan potwierdza badanie zwiedzających: ich ocena poziomu obsługi wypadła znacząco niżej w stosunku do pozostałych ocen zwiedzanego obiektu, przy czym stosunkowo niewielki był odsetek najwyższych ocen, zdecydowanie więcej natomiast w porównaniu z nimi - ocen poniżej średniej (rozdz. 3.1.4; 3.2.4). Z kolei audyt w obiektach szlaku wykazał w licznych miejscach mankamenty w zakresie zarówno profesjonal-

nej wiedzy personelu (w tym dotyczącej Szlaku Piastowskiego jako propozycji turystycznej), jak i obsługi turystów, w tym umiejętności obsługi przewodnickiej. W tym ostatnim odniesieniu okazuje się, że bardzo często merytoryczni pracownicy muzeów, niezależnie od swoich kompetencji zawodowych, nie opanowali podstaw komunikacji z klientami (a tymi bez wątpienia są turyści) lub/i nie posiadają umiejętności przekazu treści w formie już nie tyle atrakcyjnej, co choćby spójnej oraz nie umieją prawidłowo zestawiać, hierarchizować i selekcjonować informacji.

Szkolenia personelu obiektów. W tym kontekście jako priorytetowe potrzeby jawią się dwa rodzaje szkoleń, które najpierw należy zorganizować na masową skalę dla kierowników i tych spośród zespołów, którzy mają styczność z turystami, potem zaś przeprowadzać regularnie (na przykład co dwa lata) dla nowych pracowników obiektów z terenu całego szlaku. Pierwsze z nich powinno mieć za temat Szlak Piastowski w jego nowej przestrzeni, składzie i typologii obiektów oraz zawierać elementy wprowadzenia w naturę produktu turystycznego typu szlak tematyczny, podstawowe moduły oraz efekty jego funkcjonowania, znaczenie i sposoby realizacji współpracy w ramach szlaku dla zagwarantowania efektu synergii. Drugie powinno przekazywać typowe umiejętności przewodnika obiektowego, by zapewnić prawidłową metodykę klasycznego i nowoczesnego oprowadzania i wykształcić umiejętności atrakcyjnego kreowania animacji turystycznej w obiekcie. W tym szkoleniu obok nadal przeważającego - a zdecydowanie mniej dziś atrakcyjnego zwiedzania holistycznego - musi być miejsce na naukę także zwiedzania selektywnego, autonomicznego, zadaniowego i fabularyzowanego [Mikos v. Rohrscheidt, 2012d]. Jedno i drugie szkolenie może w części modułów zastąpić i tak konieczne szkolenia pracowników np. muzealnych i na warunkach obowiązkowego modułu zostać zaliczone do stażu, a jego organizowanie w skali szlaku dla pracowników obiektów nie tylko podniesie jakość obsługi w nich, ale także obniży koszty przyuczenia. W przypadku obiektów muzealnych i posiadających wystawy w programie szkoleń mogą znaleźć zastosowanie także ogólne zasady nowoczesnego programowania i realizacji szkolenia personelu muzealnego [Matt 2006, s. 103-108], jednak pod warunkiem uwzględnienia specyfiki zarówno samych obiektów i ich tematycznej oferty (w tym wystaw o charakterze narracyjnym, (por. 1.1.2), jak i profilu oraz struktury oferty szlaku.

Szkolenia przewodników po szlaku (tzw. terenowych). Ocena obsługi w obiektach szlaku przez turystów, a zwłaszcza dane na temat poziomu wykorzystywania usług przewodników w obiektach i przestrzeni szlaku, szczególnie przez młodsze grupy badanych (3.1.7.) każą wobec przedstawicieli tej grupy usługodawców sformułować alarmujące wnioski. Jeśli przewodnicy nie urozmaicą swoich usług i nie wprowadzą

nowych, alternatywnych i interaktywnych form oprowadzania i zwiedzania, odpowiadających oczekiwaniom młodszej grupy turystów, to już za niewiele lat mogą okazać się niepotrzebni. Ryzyko to dodatkowo zwiększa aktualna polityka państwa w zakresie turystyki, realizującego proces deregulacji zawodów pilota wycieczek i przewodnika turystycznego. Bez sankcji za wykonywanie usług przez osoby nieuprawnione w krótkim czasie zrezygnować z tej płatnej usługi mogą także biura podróży. Choć więc - jak dotychczas - żadne urządzenie nie jest w stanie w pełni zastąpić przewodnika w roli autentycznego interpretatora dziedzictwa kulturowego, to może się stać tak, że nowe pokolenie turystów po prostu nie będzie już odczuwało potrzeby takiej interpretacji.

Dlatego - pomimo wspomnianej deregulacji - szkolenia przewodników po Szlaku Piastowskim winny być kontynuowane, jednak należy gruntownie przebudować ich strukturę i zakres treści. Oprócz dostosowania ich do nowej listy obiektów, przestrzeni szlaku, tras i ofert lokalnych oraz eventów tematycznych należy wprowadzić w bardzo znacznym zakresie zajęcia i ćwiczenia z nowoczesnej metodyki przewodnictwa (wraz z zupełnie nowymi jego modułami, jak zwiedzanie fabularyzowane, questing czy gra miejska) oraz włączyć moduły przekazujące gruntowną wiedzę o strukturach produktowych szlaku i mechanizmach współpracy. Znaczna część takich modułów została już opracowana i jest praktykowana w ramach niektórych szkoleń przewodników w kraju [Mikos v. Rohrscheidt 2012d].

Pracownicy informacji turystycznej. We wszystkich miejscowościach w nowej przestrzeni szlaku należy zadbać o poziom merytoryczny tej grupy pracowników obsługi turystyki. W okolicznościach, gdy coraz łatwiej o znalezienie osób młodych, dobrze wykształconych oraz znających więcej niż jeden język obcy, gotowych podjąć stałą pracę za niewygórowane wynagrodzenie, nie powinno być sytuacji utrzymywania w ośrodkach informacji pracowników nie znających w stopniu zadowalającym przynajmniej jednego (a lepiej dwóch) języka obcego oraz nie rozporządzających dobrą i stale aktualizowaną wiedzą zarówno o lokalnej ofercie turystycznej, jak i o Szlaku Piastowskim. Szczególne preferencje na liście wymagań powinny mieć przy tym języki angielski, niemiecki i rosyjski, na które w przestrzeni szlaku jest i przez dłuższy czas nadal będzie największe zapotrzebowanie. Pracownicy informacji turystycznej w miejscowościach na szlaku powinni być także przed podjęciem obowiązków lub w pierwszym okresie po zatrudnieniu zobowiązani do odbycia proponowanych wyżej szkoleń na temat samego Szlaku Piastowskiego.

Inni. Ze względu na wielość obiektów sakralnych na liście obiektów szlaku (w tym także tych kluczowych), przy uwzględnieniu ich specyfiki i mentalności ich admini-

stratorów oraz personelu powinny zostać podjęte starania o zawarcie trwałych porozumień z przełożonymi kościelnymi (kuriami diecezjalnymi), których przedmiotem byłoby organizowanie w regularnych odstępach czasu szkoleń także dla tej grupy ludzi. Ich materiały powinien być sam Szlak Piastowski (o którym, jak wykazał audyt, grupa ta ma najczęściej bardzo mgliste pojęcie), ale także podstawy funkcjonowania szlaku turystycznego, standardy i sposoby udostępniania obiektów dla turystów, wreszcie (przynajmniej dla chętnych z tej grupy) podstawy przewodnictwa w obiektach. Realizacja tego projektu pomoże zarówno w zwiększeniu stopnia dostępności tej grupy obiektów, jak i wpłynie na usunięcie lub przynajmniej znaczną redukcję ujemnego oddziaływania (i odbioru przez turystów) nieprofesjonalnych zachowań, z jakimi zbyt często stykają się w obiektach sakralnych. Rzecz jasna, w wypadku tej grupy obiektów życzliwość wobec potrzeb turystyki i jakość ich funkcjonowania w tej dziedzinie poprawi również finansowe wsparcie instalacji urządzeń monitoringu lub innych środków zabezpieczających je przed kradzieżą lub zniszczeniem. Nic nie stoi na przeszkodzie, by w szkolenia włączyć (za odpłatnością, która pomogłaby je sfinansować) także pracowników podmiotów partnerskich, jak recepcjoniści hoteli czy właściciele innych obiektów noclegowych w przestrzeni szlaku. Potrzebę takich szkoleń artykułują także niektórzy zapytani eksperci [SP-WE-23].

Zakończenie

Podsumowanie wyników badań i wnioski

Przeprowadzone badanie historyczne pozwala stwierdzić, że Szlak Piastowski, jakkolwiek jest jedną z najstarszych zorganizowanych w formie szlaku tematycznego ofert turystyki kulturowej w naszym kraju, nie był przed rokiem 2011 ustanowiony formalnie i określony w odniesieniu do obiektów czy przestrzeni, natomiast rozpatrywany jako propozycja uprawiania krajoznawstwa (począwszy od roku 1960) podlegał licznym zmianom, dokumentowanym przez kolejne koncepcje i publikacje. Poza bardzo nielicznymi, poszczególne miejsca i obiekty opisywane i rekomendowane w tych ostatnich już to pojawiały się, już to znikwały. Autorzy licznych kolejnych koncepcji szlaku porzucili respektowaną w pierwotnej, przedwojennej propozycji zasadę historycznej metryki obiektów zabytkowych, nie kierowali się także zgodnością tematyczną innych atrakcji z profilem szlaku, czego efektem była postępująca erozja jego kulturowej autentyczności.

Przedstawiona w roku 2011 rekomendacja Rady Programowo-Naukowej ds. Szlaku Piastowskiego, zaakceptowana przez gospodarzy obydwu województw, na których terytorium zlokalizowana jest przestrzeń szlaku, to pierwsza spójna koncepcja tego systemu turystycznej eksploatacji rozproszonego dziedzictwa historycznego – i to nie tylko w odniesieniu do samego szlaku, ale i w skali kraju. Jest ona uzasadniona zarówno przez historyczną weryfikację miejsc i zabytkowych obiektów, jak i przez zgodność tematyczną z deklarowanym profilem szlaku jego pozostałych elementów (ekspozycji i atrakcji wykreowanych dla potrzeb turystów). Badanie obiektów i oferty Szlaku Piastowskiego w postaci rekomendowanej przez Radę wykazało, że aspekt organizacji systemu, posiadający kluczowe znaczenie dla udostępniania dziedzictwa turystom zwiedzającym go - czyli stan tematyzacji Szlaku Piastowskiego – uległ istotnej poprawie: spełnione zostało niemal w stu procentach przyjęte kryterium zgodności tematycznej między deklarowanym profilem szlaku a typami i ofertą obiektów. Poprawił się też poziom różnorodności obiektów szlaku, wpływający na jego atrakcyjność turystyczną, jednak na liście obiektów nadal niemal połowę stanowią budowle sakralne, co nie całkiem odbija jego historyczny profil. Stan ten może ulec poprawie przez włączenie lub wykreowanie kilku obiektów innego typu. W zaprezentowanych postulatach szczegółowych znajduje się kilka propozycji włączenia do szlaku już istniejących obiektów przestrzeni szlaku zgodnych z jego profilem lub stworzenia nowych, zlokalizowanych wzdłuż najdłuższych odcinków tras szlaku. Włączenie tych ostatnich powinno również znacznie poprawić zwartość szlaku jako przestrzennego systemu tematycznego zwiedzania.

W stosunku do poprzednich badań szlaku poważnie poprawiła się ocena dostępności obiektów dla turystów, co jest jednak przede wszystkim rezultatem wyeliminowania szeregu obiektów sakralnych w małych miejscowościach, które nie spełniały kryterium tematyzacji szlaku. Istniejące nadal mankamenty w tym zakresie wymagają zawarcia porozumień o udziale obiektów w szlaku i ich udostępnianiu, wprowadzenie standardowych procedur udostępniania obiektów zamkniętych oraz wdrożenia bieżącego monitoringu dostępności.

Fizyczne oznaczenie szlaku i jego obiektów jest realizowane tylko w niewielkim zakresie, w dodatku za pomocą niejednorodnych symboli. Większość tras i obiektów nie posiada oznaczeń szlaku, co w części jest usprawiedliwione ich bardzo niedawnym włączeniem na listę rekomendowaną przez Radę. Nowe oznaczenie tras i obiektów będzie jednym z najpilniejszych zadań zarządcy szlaku w porozumieniu z samorządami i administracją obiektów. Postuluje się wykorzystanie tablic obiektowych z mapami szlaku, przyczyniających się do powstawania efektu synergii przez wzajemne promowanie się obiektów.

Poziom organizacji szlaku pozostawia wiele do życzenia, w szczególności nieadekwatny do struktury i potrzeb systemu jest aktualny model i zakres koordynacji. Koordynator nie realizuje monitoringu funkcjonowania całego systemu, w tym dostępności obiektów i oznaczenia tras. Informacja i promocja są realizowane w bardzo ograniczonym zakresie i nie adresowane kierunkowo do grup potencjalnie najbardziej zainteresowanych adresatów. Brak jest współpracy między większością obiektów i koordynatorem szlaku w zakresie informacji w Internecie, nie istnieje także spójny system wymiany i przekazu informacji z wykorzystaniem tego kanału. Niemal zupełnie brak ofert pakietowych dla turystów indywidualnych, w tym zarówno pakietów lokalnych, jak i przekrojowych propozycji tematycznych. Postulowana zmiana modelu koordynacji z jednolitego na centralny z jednoczesnym znacznym zwiększeniem zakresu zadań została szeroko opisana i uzasadniona. Wskazano istotne elementy tego modelu i pożądaný zakres funkcjonowania koordynatora, opisano i rozgraniczono kompetencje poszczególnych podmiotów uczestniczących w zarządzaniu szlakiem, zaproponowano szereg trwałych rozwiązań dla stwierdzonych problemów oraz zarysowano kolejne etapy przebudowy systemu koordynacji szlaku.

Szereg czynników występujących w wielu miejscowościach szlaku, takich jak brak pełnej bazy noclegowej (szczególnie hoteli niższych i średnich kategorii odpowiadających możliwościom finansowym turystów), brak lokalnych pakietów turystycznych oraz propozycji spędzania czasu poza zwiedzaniem (m.in. eventów tematycznych, szczególnie wieczornych) przekłada się w wielu przypadkach na rezygnację zwiedzających z noclegu w przestrzeni szlaku. Te same przyczyny oraz dodatkowo brak współpracy zarządzających obiektami szlaku z hotelami powodują, że tury-

ści decydujący się na nocleg w tym obszarze preferują niesklasyfikowane kwatery prywatne. Wszystko to znacząco obniża skalę zysków, będących udziałem społeczności lokalnych i samorządów.

Wyposażenie znacznej części ekspozycji tematycznych w obiektach szlaku osiągnęło poziom odpowiadający standardom współczesnej turystyki kulturowej. Nadal jednak w znikomym stopniu dostępne są narracje alternatywne, a interaktywność wystaw ogranicza się do możliwości wyboru fragmentu informacji, nie obejmując możliwości wejścia zwiedzających w interakcję z przekazem, przez co wystawy nie odpowiadają postulatom nowoczesnej interpretacji dziedzictwa. Nie zostały też zagospodarowane liczne istotne z punktu widzenia tematykacji szlaku wątki i aspekty funkcjonowania państwa i społeczeństwa wczesnopiastowskiego. Ponadto treść istniejących wystaw nie jest komplementarna, zdarzają się liczne powtórzenia tematów, a nawet wzajemne kopiowanie eksponatów. Proponowane wyodrębnienie lub uzupełnienie szeregu wystaw oraz wprowadzenie tematycznych tras przekrojowych po szlaku powinno przynieść znaczną poprawę tej sytuacji.

Jako urozmaiconą należy określić ofertę edukacyjną szlaku, w większości przypadków realizowaną w obiektach muzealnych w postaci lekcji muzealnych i warsztatów tematycznych. Jej podstawowym brakiem jest uboga oferta stałych i regularnych mikroeventów, takich jak projekcje filmów, inscenizacje, gry tematyczne oraz znikome wykorzystanie kiosków multimedialnych. Oferta przewodnictwa, istniejąca w większości obiektów szlaku i miejscowości w jego przestrzeni, realizowana jest niemal wyłącznie w formie tradycyjnego oprowadzania, nie uwzględniając alternatywnych sposobów takich jak zwiedzanie fabularyzowane czy zadaniowe, gra tematyczna i inne. Nowoczesne szkolenia przewodników i zaangażowanie istniejących grup odtwórstwa historycznego w organizację zwiedzania i inscenizacje w obiektach mogą przynieść korzystne zmiany w tej dziedzinie.

W przestrzeni szlaku, w tym w niektórych jego obiektach, odbywa się w sezonie turystycznym szereg imprez tematycznych, z których niektóre cieszą się znacznym powodzeniem wśród mieszkańców okolicy i turystów. Brak jednak działań integrujących te eventy wokół wiodącego tematu szlaku: nie istnieje wspólny kalendarz eventów, udostępniany turystom, nie jest organizowany doroczny event główny, który mógłby być magnesem turystycznym, silnym narzędziem promocji szlaku jako spójnego systemu i jednocześnie stwarzać przestrzeń do promowania w kolejnych latach poszczególnych wątków tematycznych (co istotne z punktu widzenia edukacji kulturowej, w tym historycznej) oraz obiektów (co ma kluczowe znaczenie dla ich popularyzacji i zwiększenia ruchu turystycznego w nich). Wzbogacenie oferty eventów i jej integrację wokół tematu szlaku (z korzyścią zarówno dla popularyzacji jego tematyki, jak i dla efektywności realizowanej w jego ramach edukacji w czasie wolnym)

przyniosłaby realizacja wspólnymi siłami szeregu zaproponowanych rozwiązań, na czele z kalendarzem imprez szlaku, „ruchomym” świętem szlaku i wykreowaniem mniejszych eventów w kilku wskazanych miejscowościach.

Turyści zwiedzający Szlak Piastowski jako ofertę tematyczną są grupą o dość jednolitych i silnie skryształizowanych zainteresowaniach i preferencjach. Cechuje ich duża otwartość na przyswojenie nowej wiedzy, nierzadko będąca głównym impulsem podejmowania aktywności turystycznej. Ponadto charakteryzują się wysokim stopniem koncentracji na tematyce szlaku, przejawiają wyraźnie uświadomianą chęć odwiedzania autentycznych miejsc historycznych oraz osobistego przeżycia spotkania z historią lub dziedzictwem kulturowym. W świetle stosowanych kategoryzacji teoretyków turystyki kulturowej znaczny ich odsetek można uznać za turystów motywowanych kulturowo. W kilku istotnych aspektach ta grupa różni się od pozostałych zwiedzających obiekty szlaku. Dotyczy to m.in. wyższego poziomu dochodów, struktury demograficznej (przewaga innych grup wiekowych), wyższego statusu zawodowego oraz znacząco dłuższego czasu pobytu w obszarze szlaku. Jednak różnice pomiędzy zwiedzającymi szlak a turystami odwiedzającymi pojedyncze obiekty nie są na tyle istotne, by uniemożliwiać przenikanie osób z tej ostatniej grupy do pierwszej z korzyścią dla szlaku: możliwe jest takie wpłynięcie na zmianę zachowań turystycznych zwiedzających obiekty, by stali się odbiorcami oferty szlaku jako systemu. Zaadresowana do tej grupy i skutecznie do niej docierająca oferta zwiedzania Szlaku Piastowskiego jako całości, zwiedzania „warstw” tematycznych (serii obiektów powiązanych profilem) a także uczestnictwa w eventach tematycznych w całej przestrzeni szlaku mogłaby spotkać się z zauważalnym odzewem i w konsekwencji skutkować zwiększeniem ruchu turystycznego po szlaku. Wywołanie tej zmiany wymaga działań organizacyjnych (tworzenie odpowiednich ofert) oraz marketingowych (sprawna i skuteczna informacja oraz dobrze adresowana promocja na obszarze szlaku) ze strony koordynatora szlaku we współpracy z administratorami obiektów i lokalnymi podmiotami odpowiedzialnymi za organizację turystyki. Udział tych ostatnich leży w ich własnym interesie, gdyż taka ewolucja zachowań turystów przyniesie im korzyści, a to na podstawie efektu synergii, generowanego przez szlak jako sprawnie funkcjonujący system.

Także turyści zwiedzający pojedyncze obiekty szlaku wykazują duże otwarcie na edukacyjny aspekt wycieczki i chęć osobistego doświadczenia atmosfery odwiedzanych miejsc, jednak w ich przypadku większe znaczenie ma zaciekawienie określonym miejscem niż tematyką szlaku. Nie wyklucza to faktu, że również w tej grupie są liczni turyści motywowani kulturowo (choć mniej zainteresowani wyprawami tematycznymi lub wprost historią). Jednak w większej mierze tworzą ją turyści zainteresowani kulturowo, co potwierdzają wyniki analizy ich uczestnictwa w określo-

nych aspektach życia kulturalnego, odbiegające od tych ustalonych dla zwiedzających szlak.

Wszystkie grupy odwiedzających obiekty szlaku, zwłaszcza obie grupy turystów (zwiedzający szlak systemowo i odwiedzający pojedyncze obiekty) wykazują równoważoną strukturę wiekową. Nie ma więc aktualnie powodów do niepokoju o wyczerpywanie się grupy konsumentów oferty szlaku. Jednak już stopień wykorzystania przez nich części usług (np. przewodnictwa) oraz poziom zainteresowania częścią obiektów (m. in. sakralnych), uczestnictwem w niektórych rodzajach eventów (m. in. religijnych) albo określonymi modułami oferty (m.in. warsztatami kreatywnymi) jest zróżnicowany. Jego analiza w rozbiciu na grupy wiekowe pozwala stwierdzić, że bez podjęcia działań poszerzających lub urozmaicających ofertę oraz popularyzujących ją z wykorzystaniem sprawdzonych wzorców (przejętych na przykład ze szkolnej edukacji lub z zagranicznych muzeów) – podmioty oferujące poszczególne usługi mogą wkrótce stanąć w obliczu zaniku popytu albo znacznie niższej dynamiki rozwoju, niż ma to miejsce w innych segmentach turystyki.

Wbrew obiegowym opiniom na temat powszechnej znajomości Szlaku Piastowskiego i popularności jego oferty badania wykazały, że nawet znaczna grupa turystów zwiedzających poszczególne obiekty niewiele wie o szlaku i nie jest zainteresowana skorzystaniem z jego całościowej propozycji. Odsetka osób zwiedzających szlak jako ofertę systemową wśród ogółu turystów w obiektach (nieco ponad jednej dziesiątej) nie można uznać za satysfakcjonujący efekt długoletniego istnienia systemu eksploatującego aspekty dziedzictwa, obecne przecież dzięki szkolnej edukacji w powszechnej świadomości mieszkańców Polski. Składa się na to wiele przyczyn, wśród nich niezależne od organizacji systemu - jak niewielki dochód części zwiedzających, ale też możliwe do usunięcia - jak znikoma promocja szlaku w jego obiektach, brak ofert wiązanych (np. wspólnych biletów, pakietów) oraz brak wykorzystania możliwości promocji szlaku „na miejscu”, adresowanych do osób już znajdujących się w jego przestrzeni a nawet zwiedzających poszczególne obiekty.

Osoby zwiedzające Szlak Piastowski, a w niewiele mniejszym stopniu także poszczególne obiekty, dysponują znacznie wyższym kapitałem kulturowym (określonym na podstawie formalnego statusu edukacyjnego, częstotliwości wykorzystania oferty kulturalnej i jej różnorodności) niż statystyczna średnia polskiego społeczeństwa. Ten fakt - potwierdzający generalny obraz turystów kulturowych w skali globalnej – należy uwzględnić w konstrukcji oferty i poziomu przekazu w obiektach szlaku oraz w kompozycji i doborze rejestrów językowych materiałów informacyjnych. Jednocześnie znaczny odsetek zwiedzających szlak i liczna grupa turystów zwiedzających pojedyncze obiekty czyni to w małych grupach rodzinnych z udziałem dzieci. Propozycja dla takich grup jest uboga, a w większości obiektów w ogóle

nie istnieje. Pilnym zadaniem jest wprowadzenie odpowiednich modułów oferty i kanałów przekazu wszędzie tam, gdzie to możliwe. Obiekty, które tego dokonają, mogą liczyć na skokowy wzrost popularności wśród turystów. Także program eventów należy przygotowywać na różnych poziomach i adresować dla różnych odbiorców.

Powtarzające się mankamenty oferty i obsługi turystów w obiektach szlaku wskazują nie tylko na brak środków koniecznych dla poprawienia sytuacji, ale i brak świadomości odpowiedzialnych podmiotów, że oczekiwania i wymagania współczesnego turysty (kształtowane m.in. przez kontakty z rozwiniętymi produktami turystycznymi za granicą i coraz częściej w Polsce), różnią się od tych sprzed kilkunastu lat, a atrakcyjność obiektu jest oceniana nie tylko przez pryzmat jego walorów kulturowych, ale także jego przygotowania do zwiedzania, atrakcyjności przekazu treści (w tym multimedialności i interaktywności ekspozycji) oraz kompetencji i postaw personelu. Wnikliwe zapoznanie się administratorów obiektów z najczęściej wskazywanymi mankamentami oferty i realizacja szeregu przedstawionych postulatów szczegółowych mogą przyczynić się do poprawienia opinii turystów o szlaku i jego obiektach. Z kolei większa satysfakcja z poziomu oferty i obsługi, obecna w opiniach przekazywanych innym - potencjalnym turystom - powinna szybko przełożyć się na wzrost popularności szlaku jako destynacji turystycznej.

Możliwości wykorzystania wyników badań

Zaprezentowane w niniejszej pracy wyniki badań mogą być wykorzystane bezpośrednio:

- przy dokończeniu koncepcji przebudowy i tworzeniu strategii funkcjonowania szlaku w jego nowej strukturze, w szczególności jego zarządzania, systemu informacji i promocji, a także w konstrukcji ofert pakietowych dla szlaku i w skali lokalnej - w kluczowych miejscowościach,
- przy opracowywaniu nowej oferty poszczególnych obiektów, w szczególności przy ich eventyzacji (wprowadzaniu eventów i mikroeventów do oferty stałej, regularnej lub na zamówienie), przy określaniu zakresu i zasad współpracy z innymi podmiotami, a także przy usuwaniu mankamentów w ofercie turystycznej obiektów, w tym w obsłudze turystów,
- przy przygotowywaniu lokalnych programów rozwoju turystyki w miejscowościach z obiektami Szlaku Piastowskiego, w szczególności w odniesieniu do konstrukcji pakietów lokalnych dla turystów indywidualnych i małych grup,
- w szkoleniach personelu koordynatora Szlaku Piastowskiego oraz jego obiektów, a także lokalnego personelu obsługi turystów i gestorów usług okołoturystycznych w przestrzeni szlaku (jak noclegi, gastronomia) oraz ich pracowników.

Sugestie dalszych badań

Pożądane badania turystów. W poszczególnych konkretnych aspektach, mogących wpływać na powodzenie oferty Szlaku Piastowskiego, pożądane byłoby przeprowadzenie dalszych badań szczegółowych. Należą do nich: 1) zbadanie skuteczności poszczególnych kanałów informacji i promocji w odniesieniu do poszczególnych grup turystów, w szczególności zmierzenie ich wpływu na konkretne zachowania turystów na obszarze szlaku, 2) dokładniejsze określenie przyczyn stwierdzonej wyjątkowo licznej i odpowiednio - nielicznej reprezentacji niektórych grup wiekowych i grup o określonym statusie edukacyjnym wśród zwiedzających obiekty szlaku i sformułowanie na tej podstawie wniosków umożliwiających równie skuteczne dotarcie do grup najrzadziej reprezentowanych wśród zwiedzających, a w konsekwencji – zwiększenie udziału tych grup w wykorzystaniu oferty szlaku i jego obiektów, 3) zbadanie preferencji osób zwiedzających szlak i poszczególne obiekty odnośnie udziału w określonych typach eventów i mikroeventów organizowanych w przestrzeni szlaku i ewentualnych warunków, które w ich opinii musiałyby być spełnione, żeby skłonić ich do przedłużenia pobytu w wyniku uczestnictwa w eventach, 4) badanie sondażowe na temat oferty lokalnych pakietów pobytowych i innych pakietów usług (np. biletów kombinowanych), zmierzające do ustalenia, jakie moduły usług musiałyby obejmować, by stanowiły ofertę atrakcyjną dla turystów i szeroko przez nich wykorzystywaną, tym samym powodując zwiększenie zainteresowania poszczególnymi atrakcjami i wzrost liczby noclegów, 5) podobne badanie potencjalnego popytu na oferty wycieczek po szlaku, eksploatujących jego poszczególne wątki („warstwy”) tematyczne lub typy obiektów, wreszcie 6) szerzej zakrojony projekt badawczy, zmierzający do wyjaśnienia czy stwierdzona w wyniku niniejszego badania mocna koncentracja na destynacjach leżących we własnym kraju charakteryzuje tylko turystów zwiedzających Szlak Piastowski (jako system eksploatujący polską historię i rodzime dziedzictwo kulturowe), czy też stanowi typową cechę ogółu turystów zainteresowanych szlakami tematycznymi, a może nawet w ogóle polskich turystów kulturowych. Odpowiedzi w powyżej wskazanych kwestiach mogą okazać się przydatne dla formułowania strategii rozwoju nie tylko tego szlaku (zagadnienia od 1 do 5), ale i polskiej krajowej i przyjazdowej oferty turystyki kulturowej (zagadnienia 3, 4 i 5) i wyjazdowej (zagadnienie 6).

Inne zalecane badania. W efekcie przeprowadzonej korekty przestrzeni i w kontekście kontynuowanej przebudowy struktury oferty Szlaku Piastowskiego istnieje potrzeba podjęcia badań, których wyniki mogłyby być przydatne zarówno w praktycznej organizacji szlaku, jak i w formułowaniu strategii promocji.:

W opinii autora pożądane jest zebranie i krytyczna ocena wyników badań źródłowych oraz przeprowadzenie analizy możliwości turystycznego zagospodarowania i wykorzystania jako obiektów szlaku wskazanych w niniejszym opracowaniu miejsc na odcinkach szlaku między Koninem a Kaliszem i między Lubiniem a Poznaniem, a potencjalnie interesujących jako nowe obiekty, co w konsekwencji przyczyni się do uzyskania zwartości terytorialnej szlaku.

Szczegółowa analiza poszczególnych obszarów w nowej przestrzeni szlaku winna prowadzić do stworzenia koncepcji produktów lokalnych, opartych na powiązaniu obiektów szlaku i obiektów „w przestrzeni szlaku” na terenie poszczególnych gmin (w kilku przypadkach takie badania zostały zrealizowane w ramach audytu turystycznego szlaku, a ich wyniki przedstawione egemplarycznie w rozdziale 4).

Na podstawie zebranego materiału istnieje już teraz możliwość opracowania osobnych analiz dla wszystkich gmin i powiatów w przestrzeni szlaku, ustalających podstawy i strukturę optymalnej dla każdej z nich tematycznej oferty lokalnej. Możliwe jest także opracowanie profilu i ocen turystów dla pięciu obiektów lub zespołów obiektów Szlaku Piastowskiego zlokalizowanych w: Gnieźnie (Archikatedra) Poznaniu (zespół obiektów Ostrowa Tumskiego) Biskupinie (zespół rezerwatu archeologicznego i muzeum), Kruszwicy (Mysia Wieża) oraz na Ostrowie Lednickim (Muzeum Pierwszych Piastów). W tych miejscach zrealizowano każdorazowo na tyle dużą liczbę ankiet (wszędzie ponad 200), że stanowią one materiał wystarczający dla takich analiz.

Ze względu na ograniczony zakres dotychczasowych badań niemożliwy do zmierzenia był efekt edukacyjny Szlaku Piastowskiego jako systemu tematycznego zwiedzania - powodem tej niemożności był fakt, że aktualnie mamy do czynienia z produktem niegotowym. Tymczasem czynnik ten jest istotny z punktu widzenia znaczenia szlaku jako kanału dystrybucji treści kulturowych i jednocześnie przestrzeni uczestnictwa turystów w kulturze. Po pełnej przebudowie szlaku i uruchomieniu jego poszczególnych „kanałów” (por. rozdz. 4.1.3) można będzie w ramach kompleksowego badania turystów na szlaku, z użyciem innego zestawu metod i narzędzi odpowiednich do tego rodzaju badań, określić jego wspomnianą skuteczność i dokonać pełnego bilansu skutków przedsięwziętej przebudowy, a jednocześnie określić siłę oddziaływania szlaku jako narzędzia edukacji kulturowej.

Autor jest przekonany, że aktualnie podejmowana modernizacja struktury i oferty Szlaku Piastowskiego - jednego z najważniejszych szlaków tematycznych w Polsce, oparta na przyjętych kryteriach i konsekwentnie realizowana, wsparta w formie finansowania koniecznych prac w obiektach i ich otoczeniu, uzupełniona poprzez tworzenie atrakcyjnych lokalnych propozycji usług, w połączeniu z wprowadzeniem

bardziej efektywnego modelu zarządzania oraz z dobrze ukierunkowaną i efektywną promocją - przyniesie w efekcie ponowny wzrost popularności szlaku. Pozytywnie wpłynie też na wzrost świadomości tożsamości regionalnej mieszkańców Wielkopolski i Kujaw, wreszcie wykreuje prawdziwie nowoczesny markowy produkt turystyki kulturowej dla obu regionów i stanie się podręcznikowym wręcz przykładem wykorzystania dziedzictwa historycznego w turystyce. Dokonane już powiększenie potencjału tematycznego szlaku przez dodanie oferty nowo włączonych miejscowości i obiektów, postulowana redukcja wskazanych słabości i mankamentów szlaku i jego obiektów, modernizacja ekspozycji, rozwinięcie i integracja oferty eventowej oraz wykreowanie tematycznych i lokalnych propozycji dla indywidualnych turystów – wszystko to razem powinno doprowadzić do sytuacji, w której eksploatujący i udostępniający narodowe dziedzictwo szlak nie tylko spełni główne standardy turystyki kulturowej ale i odzyska konkurencyjność na krajowej mapie destynacji tej formy turystyki. Autor pozwala sobie wyrazić nadzieję, że niniejsze opracowanie wzbogaci koncepcję przebudowy szlaku, znajdującą się wciąż na etapie tworzenia, a także dostarczy szeregu przydatnych, konkretnych pomysłów i narzędzi do wykreowania jak najlepszych ofert lokalnych, z jednej strony służących przekazowi dziedzictwa - materializującego się w poszczególnych obiektach i treściach - z drugiej zaś przekładających się na wzrost udziału turystyki w dochodzie społeczności lokalnych i tym samym podnoszeniu poziomu ich zamożności. Zarówno przedkładane opracowanie, jak i wyniki proponowanych dalszych badań powinny być pomocne w przemysłowym tworzeniu ofert i lepszym ich dostosowaniu do potrzeb i preferencji odbiorców. W efekcie odnowiony Szlak Piastowski przyczyni się do rozwoju tej gałęzi turystyki, która jest jednocześnie sensownym zagospodarowaniem czasu wolnego i formą udziału w kulturze.

Literatura i dokumentacja

Opracowania o charakterze naukowym:

- Alejziak W., 2000, *Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku*, Wyd. Albis, Kraków
- Altkorn J., 2002, *Marketing w turystyce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa
- Artyshtuk, 2010, *Indywidualne pakiety turystyczne w turystyce kulturowej*, „Turystyka kulturowa” Nr 9, s. 4-24,
- Barańska K., 2004, *Muzeum etnograficzne. Misje, struktury, strategie*, Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Bartczak A., 2009, *Wyniki waloryzacji potencjału turystyczno – kulturowego powiatu średzkiego*, „Turystyka Kulturowa” Nr. 7, s.40-47
- Bertalanffy von, L.,1984, *Ogólna teoria systemów: podstawy, rozwój, zastosowania*, Wyd. PWN Warszawa.
- Bartlett, D., Payne, S., 1997, *Grounded theory: its basis, rationale and procedures*, [w:] G. McKenzie, J. Powell, R. Usher, (red.), *Understanding Social Research: Perspectives on Methodology and Practice*, Wyd. Falmer Press, London, s. 173–195
- Becker Ch.,Steinecke A., 1997, *Kulturtourismus:Strukturę und Entwicklungsperspektiven*, Wyd. Fern-Universität Hagen
- Becker Ch., Höcklin S.,2000, *Museumsmanagement*, [w:] A. Dreyer (red.), *Kulturtourismus*, Wyd. Oldenbourg, München /Wien, s.299-323
- Becker T., 2000, *Themenstraßen – Am Beispiel der Straße der Romanik* [w:] A. Dreyer (red.) *Kulturtourismus*, Wyd. Oldenburg München/Wien, s. 137-150
- Bendixen P., 2001, *Wprowadzenie do ekonomiki kultury i sztuki*, Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków
- Bendixen P., 2009, *Pragmatyka zarządzania kulturą. Wytyczne w zakresie kształtowania profesjonalnych programów studiów*, [w:] E. Orzechowski (red.) *Culture Management, Kulturmanagement. Zarządzanie kulturą*, Wyd. Uniwersytet Jagielloński, Katedra Zarządzania Kulturą, s. 225-237
- Bianchini F., 1999, *The Relationship between Cultural Resources and Tourism Policies for Cities and Regions*, [w:] D. Dodd, A. Van Hemel (red.), *Planning Cultural Tourism in Europe*, Wyd. Bookmann Foundation/Ministry of Education, Culture and Science, Amsterdam, s. 78–89
- Bogacki M., 2008, *Rola działań odtwórczych i rekonstrukcyjnych w procesie upowszechniania wiedzy historycznej* [w:] W. B. Łach (red.) *Polska myśl wojskowa na przestrzeni dziejów, IX Ogólnopolskie Forum Historyków Wojskowości*, Olsztyn, s. 304-319
- Bogacki M., 2010, *O współczesnym „ożywianiu” przeszłości – charakterystyka odtwórstwa historycznego*, „Turystyka Kulturowa” Nr 5, s. 4-27
- Bordieu P. Passeron J-C., 1990, *Reproduction in Education, Society and Culture*, Wyd. Sage Publications London - Newbury Park- New Delhi
- Bruner J., 2006, *Kultura edukacji*, Wyd. Universitas, Kraków

- Bugdol M., 1999, *Nowoczesne zarządzanie ukierunkowane na jakość. Problemy zarządzania zintegrowanego*, Wyd. Uniwersytetu Technicznego Ostrawa, Ostrawa-Racibórz,
- Bugdol M., 2003, *Zarządzanie przez jakość. Zagadnienia społeczne*, Wyd. Uniwersytetu Opolskiego, Opole
- Burszta W., 2009, *Tożsamość kulturowa*, [w:] W. Burszta i inni, *Raport o stanie i różnicowaniach kultury miejskiej w Polsce*, Wyd. MKiDN, Warszawa, s. 8-15
- Brzezinski J., 2003, *Metodologia badań psychologicznych. Wybór tekstów*, Wyd. PWN, Warszawa
- Buczkowska K., 2008, *Turystyka Kulturowa. Przewodnik metodyczny*, Wyd. AWF, Poznań
- Buczkowska K., 2011, *Kim są polscy turyści kulturowi na Starym Rynku w Poznaniu? Prezentacja profilu na podstawie badań ATLAS*, [w:] A. Mikos v. Rohrscheidt (red.) *Obcy w Poznaniu, Historyczna metropolia jako ośrodek turystyki kulturowej*, Wyd. KulTour.pl/Proksenia, Poznań/Kraków, s. 94-107
- Buryan P., Mikos v. Rohrscheidt A., 2010, *Główne aspekty organizacji i koordynacji turystyki tematycznej na przykładzie „El Legado Andalusí”*, „*Turystyka Kulturowa*” Nr 5, s. 28-51.
- Buryan P., 2012, *Raport z analizy potencjału turystyczno-kulturowego powiatu inowrocławskiego*, „*Turystyka Kulturowa*” Nr 12, s. 67-77
- Bywater M., 1993, *The market for cultural tourism in Europe*, „*Travel and Tourism Analysts*”, Nr 6., s.30-46
- Castellanos-Verdugo M, Caro-Gonzalez F.J., Oviedo-Garcia M.A., 2010, *An Application of Grounded Theory to Cultural Tourism Research: Resident Attitudes to Tourism Activity in Santiponce*, [w:] Richards, Munsters, *Cultural Tourism Research Methods*, Wyd. CABI International, Walingford, s.115-128
- Creswell J.W., Plano Clark V.L., 2007, *Designing and Conducting Mixed Methods Research*, Wyd. Sage, Thousand Oaks, California.
- Czajkowski Sz., 2012, *Raport z analizy potencjału turystyczno-kulturowego miasta Włocławek i powiatu ziemskiego włocławskiego*, „*Turystyka Kulturowa*”, Nr 10, s. 64-76,
- Czajkowski Sz., Mikos v. Rohrscheidt A., 2012, *Wyniki analizy potencjału turystyczno-kulturowego pętli wielkopolsko-lubuskiej Szlaku Cysterskiego*, „*Turystyka Kulturowa*” Nr 1, s. 66-87
- Decyzja Parlamentu Europejskiego i Rady nr 1194/2011/UE z dnia 16 listopada 2011 r. ustanawiająca działanie Unii Europejskiej na rzecz Znaku Dziedzictwa Europejskiego, 2011, (Eur-Lex www 2012)*
- Deming E., 1986, *Out of Crisis*, Wyd. Massachusetts Institute of Technology, Center for Advanced Engineering Study, s. 23-24
- Denzin, N., 2006, *Sociological Methods: A Sourcebook*, Wyd. Aldine Transaction, Piscataway, NJ
- Dillman D.A., Salant P., 1994, *How to conduct your own survey*, Wyd. John Wiley & Sons, Inc., New York
- Dreyer A., 2000, *Der Markt für Kulturtourismus*, [w:] *Kulturtourismus*, A. Dreyer (red.),Wyd. Oldenbourg, München/Wien, s. 25–48.

- Drozdowski R., Krajewski M., 2007, *Czego nie widzimy, a co można zobaczyć przyglądając się [zdjęciom]?*, [w:] R. Drozdowski (red.) *Końce i początki. Socjologiczne podsumowania, socjologiczne zapowiedzi*, Wyd. Naukowe UAM, Poznań 2007, s. 539-544
- Drucker P. F., 2009, *Zarządzanie w XXI wieku – Wyzwania*, Wyd. MT Biznes, Warszawa
- Dzieduszycki W., Fogel J., *Gród wczesnośredniowieczny w Śremie „Slavia Antiqua”*, t. 26 (1979) s. 33-91
- Dzieduszycki W., Przybył M., 2002, *„Trakt cesarski” - próba odtworzenia przebiegu drogi pielgrzymki Ottona III do Gniezna na podstawie analizy źródeł pisanych i archeologicznych*, [w:] W. Dzieduszycki, M. Przybył (red.), *Trakt Cesarski Iława-Gniezno-Magdeburg*, seria Bibliotheca Fontes Archeologici Posnanienses, t.11, Poznań, s. 17-30
- Elliott A. C., Woodward W. A., 2007, *Statistical analysis quick reference guidebook. With SPSS examples*, Wyd. SAGE Publications, Inc, Thousand Oaks, California
- Featherstone M., 1996, *Postmodernizm i estetyzacja życia codziennego*, [w:] R. Nycz (red.) *Postmodernizm. Antologia przekładów*, Wyd. Baran i Suszczyński, Kraków, s. 299-332,
- Fidyk K., 2011, *Szlaki turystyczno-kulturowe Małopolski – stała oferta czy efemeryczne zjawisko*, [w:] B. Włodarczyk, B. Kujawiak, J. Latosińska (red.), *Kultura i turystyka. Wspólna droga*, Wyd. ROTWŁ, Łódź, s. 8-99
- Freeman R.E, 1984, *Strategic Management: A stakeholder Approach*”, Wyd. Pitman, Boston-London-Melbourne-Toronto
- Fusco Girard L., Nijkamp P., 2009, *Cultural Tourism and Sustainable Local Development*, Wyd. Ashgate, Farnham,
- Gawęł Ł., 2011, *Szlaki dziedzictwa kulturowego. Teoria i praktyka zarządzania*, Wyd. UJ, Kraków
- Gawęł Ł., 2012a, *Szlaki dziedzictwa kulturowego – praktyka zarządzania. Refleksje po audycie śląskiego Szlaku Zabytków Techniki*, „Turystyka Kulturowa” nr 2, s. 5-27
- Gawęł Ł., 2012b, *Zarządzanie strategiczne szlakiem dziedzictwa kulturowego w świetle koncepcji stakeholders*, *„Turystyka Kulturowa”*, Nr 10, s. 31-40
- Gaworecki W., 2003, *Turystyka*, Wyd. PWE, Warszawa
- Gądecki J., 2004, *Konsumpcja (w) muzeum* [w:] T. Szlendak, K. Pietrowicz (red.), *Na pokaz. Rzecz o konsumeryzmie w kapitalizmie bez kapitału*, Wyd. UMK, Toruń, s. 145-163
- Golka M., 2008, *Socjologia kultury*, Wyd. Naukowe „Scholar”, Warszawa
- Gospodarek J., 2012, *Cel i zakres projektowanej ustawy o szlakach turystycznych*, [w:] P. Cybula (red.) *Szlaki turystyczne a prawo – przeszłość, teraźniejszość, przyszłość*, Wyd. COTG PTTK, Kraków, s. 11-24
- Gotowt-Jeziorska A., 2007, *Znaczenie szlaków turystycznych w promocji dziedzictwa przyrody i kultury*, [w:] Kuleczka P. (red.) *Szlaki turystyczne a przestrzeń turystyczna Materiały z międzynarodowej konferencji, organizowanej przez PTTK*, Wyd. ZG PTTK, Warszawa, s.117-119

- Grad J., Kaczmarek U., 2005, *Organizacja i upowszechnianie kultury Polsce. Zmiany modelu*, Wyd. Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań
- Griffin R. W., 2007, *Podstawy zarządzania organizacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa
- Gudkova S., 2012, *Wywiad w badaniach jakościowych*, [w:] D. Jemielniak (red.), 2012, *Badania jakościowe. Metody i narzędzia* (tom 2), Wyd. Naukowe PWN, Warszawa, s. 111-129
- Gunn C. A., 1988, *Variationscape: Designing Tourist Regions*, Wyd. Van Nostrand Reinhold, New York
- Hagoort G., 1996, *Przedsiębiorczość w kulturze. Wprowadzanie do zagadnień zarządzania w kulturze*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków
- Hajduga A., 2011, *Skuteczna promocja sieciowego produktu turystycznego na przykładzie wydarzenia marketingowego Industriada –Święto Szlaku Zabytków Techniki*, [w:] B. Włodarczyk, B. Kujawiak, J. Latosińska (red.), *Kultura i turystyka. Wspólna droga*, Wyd. ROTWŁ, Łódź s. 131-150
- Harrison R., 2010, *Understanding the Politics of Heritage (Understanding Global Heritage)*, Wyd. Manchester University Press, Manchester
- Hausmann, A. , 2011, *Kunst- und Kulturmanagement. Kompaktwissen für Studium und Praxis*, Wiesbaden
- Hayes D., MacLeod N., 2008, *Putting down routes: an examination of local government cultural policy shaping the development of heritage trails*, "Managing Leisure", tom 13 (2), s. 57-73
- Hein G.E., 2010, *Edukacja muzealna*, [w:] M. Szelać, J. Skutnik (red.), *Edukacja muzealna. Antologia tłumaczeń*, Wyd. Muzeum Narodowe w Poznaniu, Poznań, s. 59-81,
- Heinze T., 2002, *Kulturponsoring, Museumsmarketing, Kulturtourismus*, Wyd. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden
- Hejna A., Mikos v. Rohrscheidt A., 2009, *Waloryzacja potencjału turystyczno-kulturowego powiatu wrzesińskiego*, „Turystyka Kulturowa” Nr 5., s.45-52
- Hensel W., 1953, *Studia i materiały do osadnictwa Wielkopolski wczesnohistorycznej*, Wyd. Polskie Towarzystwo Prehistoryczne, Poznań
- Hensel W. 1960, *Najdawniejsze stolice Polski. Gniezno, Kruszwica, Poznań*, Wyd. PWN, Warszawa
- Hey B., 1993, *Der Weg ist das Ziel: Historische Kulturrouten*, [w:] Becker C., Steinecke A., (red.): *Kulturtourismus in Europa: Wachstum ohne Grenzen?*, ETI-Studien, Wyd. Europäisches Tourismus Institut (ETI), Universität Trier, Tom 2, Trier, s. 212-232,
- Hewison R., *The Heritage industry: Britain in a Climate of Decline*, Wyd. Methuen, London
- Hewison R., 1989, *Heritage: an interpretation*, [w:] D.L. Uzzell, *Heritage Interpretation – The natural and Built Environment*, Wyd. Belhaven, London, s. 15-23
- ICOMOS, 2003, *CIIC Annual Meeting Report*, Attachment 2, www.icomos-ciic.org/INDEX_ingl.htm (3.11.2012)

- Jacobi C., Meunier A., 2010, *Interpretacja jako narzędzie w realizacji edukacyjnego projektu ekspozycji*, [w:] M. Szeląg, J. Skutnik (red.), *Edukacja muzealna. Antologia tłumaczeń*, Wyd. Muzeum Narodowe w Poznaniu, Poznań, s.243-257,
- Jakubowski Ł., 2012, *Raport z analizy potencjału turystyczno-kulturowego powiatu radziejowskiego „Turystyka Kulturowa”* Nr 11, s. 57-64
- Jemieliński D., 2012, *Badania jakościowe. Metody i narzędzia* (tom 2), Wyd. Naukowe PWN, Warszawa
- Jennings G.R., 2005, *Interviewing: a Focus on Qualitative Techniques*, [w:] B.W. Ritchie, P. Burns, C. Palmer (red.), *Tourism Research Methods. Integrating Theory with Practice*, Wyd. CABI International, Wallingford, s.99-118
- Jennings G.R., 2007, „*Advances in Tourism Research: Theoretical Paradigms and Accountability*”, W: A. Matias, P. Nijkamp, P. Neto (red.), *Advances in Modern Tourism Research. Economic Perspectives*, Wyd. Physica Verlag, Heidelberg, s. 9-35,
- Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B. ,2005, *Produkt turystyczny. Pomysł, organizacja, zarządzanie*, PWE, Warszawa
- Kanpol B., 1992, *Postmodernism in Education Remitted: Similarities within Differences and the Democratic Imaginary*, „Educational Theory”, Vol 42, Nr 2, s. 217-229
- Kasprzak R., 2012, *Zachowania konsumpcyjne turystów w Europejskim Centrum Bajki im. Koziółka Matołka w Pacanowie*, [w:] B. Włodarczyk, B. Krakowiak (red.) *Kultura i turystyka: wspólne korzenie*, Wyd. ROTWŁ, Łódź, s.405-416
- Kazimierczak M., 2009, *W poszukiwaniu autentyczności turystyki kulturowej*, [w:] Z. Krawczyk, E. Lewandowska-Tarasiuk, J. W. Sienkiewicz (red.), *Człowiek w podróży*, Wyd. Almamater, Warszawa, s. 41–58
- Kempski P. Szymańska M., 2011, *Waloryzacja turystyczno-kulturowa Kalisza i powiatu kaliskiego*, „*Turystyka Kulturowa*” Nr 2, s. 61-70
- Kędziora Ł., 2010 *Waloryzacja turystyczno-kulturowa powiatu konińskiego*, „*Turystyka Kulturowa*” Nr 3, s. 36-47
- Kieżun W., 1997, *Sprawne zarządzanie organizacją. Zarys teorii i praktyki*, Wyd. SGH, Warszawa
- Kłosowska A., 2007, *Socjologia kultury*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa
- Kostera M., Śliwa M., 2010, *Zarządzanie w XXI wieku. Jakość, twórczość, kultura*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa
- Kostera M., 2012, *Zarządzanie na rynku doznań* [w :] B. Glinka, M. Kostera (red.), *Nowe kierunki w organizacji i zarządzaniu. Organizacje, konteksty, procesy zarządzania*, Wyd. Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa, s. 361-375
- Koźuch B., 2004, *Zarządzanie publiczne w teorii i praktyce polskich organizacji*, Wyd. Placet, Warszawa
- Kowalczyk A., 2010, *Definicja i zakres pojęcia „turystyka zrównoważona”*, [w:] A. Kowalczyk (red.), *Turystyka zrównoważona*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa, s. 21-43
- Kowalczyk A., *Zasoby kulturowe i walory kulturowe – próba ustalenia znaczenia tych pojęć*, [w:] B. Włodarczyk, B. Krakowiak (red.) *Kultura i turystyka: wspólne korzenie*, Wyd. ROTWŁ, Łódź, s.17-33

- Kruczek Z., 2007, *Polska. Geografia atrakcji turystycznych*, Wyd. Proksenia, Kraków
- Kruczek Z., 2011, *Szlak oscypkowy w Małopolsce: Droga od pomysłu do produktu turystycznego*, [w:] B. Włodarczyk, B. Kujawiak, J. Latosińska (red.), *Kultura i turystyka. Wspólna droga*, Wyd. ROTWŁ, Łódź, s. 101-112
- Kruczek Z., 2012, *Employing the mystery shopping method in tourist attraction quality assessment. An Elaboration on research conducted at Krakow's Museums*, Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici, Ekonomicka Fakulta, Banska Bystrica
- Kuleczka P. (red.), 2007, *Szlaki turystyczne a przestrzeń turystyczna, Materiały z międzynarodowej konferencji, organizowanej przez PTTK*, Wyd. Zarząd Główny PTTK, Warszawa
- Labuda G., 1989, *Pierwsze państwo polskie*, Wyd. KAW, Kraków
- Leiper N., 1990, *Tourist attraction systems*, "Annals of Tourism Research" Nr 17, s. 367-384
- Leśniewski A., 2009, *Společne placówki muzealne jako zaplecze regionalnej turystyki kulturowej na przykładzie Muzeum Regionalnego w Trzemesznie*, „Turystyka Kulturowa” Nr 9. s. 13-27
- Likert R., 1932, *A Technique for the Measurement of Attitudes*, "Archives of Psychology" T. 140, s.1-55
- Łęcki W., 1978, *Walory krajoznawczo-turystyczne Szlaku Piastowskiego*, [w:] Kronika Wielkopolska z. 3(16) s. 52-68
- Łuczewski M., Bednarz-Łuczewska P., 2012, *Analiza dokumentów zastanych*, [w:] D. Jemielniak (red.), 2012, *Badania jakościowe. Metody i narzędzia* (tom 2), Wyd. Naukowe PWN, Warszawa, s. 163-188
- MacCannell D., 2002, *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*, Wyd. Muza, Warszawa
- Mały Rocznik Statystyczny Polski*, 2012, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa,
- Marciszewska B., 2001, *The Consumption of Cultural Tourism in Poland*, [w:] G. Richards (red.), *Cultural Attraction and European Tourism*, Wyd. CABI, Cambridge, s. 215-226
- Masłowska N., 2009, *Waloryzacja turystyczno – kulturowa powiatu wągrowieckiego*, „Turystyka Kulturowa” Nr 8, s.43-49
- Matt G., 2006, *Muzeum jako przedsiębiorstwo. Łatwo i przystępnie o zarządzaniu instytucją kultury*, Wyd. Fundacja Aletheia, Warszawa,
- Melkert M., Vos K., 2010, *A Comparison of Quantitative and Qualitative Approaches: Complementarities and Trade-offs*, [w:] G. Richards, W. Munsters (red.), *Cultural Tourism Research Methods*, Wyd. CABI International, Wallingford, s. 33-40
- Melosik Z., 2007, *Teoria i praktyka edukacji wielokulturowej*, Wyd. Impuls, Kraków
- Meyer-Cech K., 2003, *Themenstrassen als regionale Kooperationen und Mittel zur touristischen Entwicklung. Fünf österreichische Beispiele*, Universität für Bodenkultur, Wien
- Message K., 2006, *New Museums and the Making of Culture*, Wyd. Berg, Oxford-New York,

- Michalak R., 1976, *Szlak Piastowski Poznań-Gniezno (koncepcja zagospodarowania)*, [w:] „Kronika Wielkopolska” Nr 1-2, s. 73-86
- Miller G., Hudson S., Turner R., 2005, *Applying the Mystery Shopping Technique: the Case of Lunn Poly*, [w:] B.W. Ritchie, P. Burns, C. Palmer (red.), *Tourism Research Methods. Integrating Theory with Practice*, Wyd. CABI International, Wallingford, s. 119-130
- Mikos von Rohrscheidt, 2008a, *Turystyka Kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*, Wyd. GWSHM Milenium, Gniezno,
- Mikos v. Rohrscheidt 2008b, *Turystyka kulturowa – wokół definicji*, [w:] M. Kazimierczak (red.), *W kręgu humanistycznej refleksji nad turystyką kulturową*, Wyd. AWF Poznań, s. 28-49,
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2008c, *Waloryzacja potencjału turystyczno-kulturowego powiatu gnieźnieńskiego*, „Turystyka Kulturowa” Nr 1, s.36-45
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2009a, *Polskie szlaki turystyczno-kulturowe: kryteria i zasady waloryzacji potencjału*, „Turystyka Kulturowa” nr 9, s. 4-28
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2009b, *Szlak Piastowski. Wyniki waloryzacji potencjału turystyczno-kulturowego*, „Turystyka Kulturowa” nr 4/2009, s. 67-84
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2009c, *Dzieje Szlaku Piastowskiego*, „Turystyka Kulturowa. Portal popularyzacyjny” Nr 4/2009, www.turystykakulturowa.eu
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2009d, *Nowoczesne trasy miejskie jako forma prezentacji historii i kultury oraz oferta turystyczna*, [w:] *Kultura i turystyka. Wspólnie zyskać!*, pod red. A. Stasiaka, Łódź, s. 95-126.
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2009e, *Region jako cel współczesnej turystyki kulturowej*, „Folia Turistica”, Nr 21, s. 71-94
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2010a, *Regionalne szlaki tematyczne. Idea, potencjał organizacja*, Wyd. Proksenia, Kraków
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2010b, *Turystyka Kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*, Wyd. II (rozszerzone), Kultour.pl, Poznań
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2011a, *Poznań: Atuty i słabości oraz dylematy i szanse miasta jako ośrodka turystyki kulturowej* [w:] A. Mikos v. Rohrscheidt (red.) *Obcy w Poznaniu, Historyczna metropolia jako ośrodek turystyki kulturowej*, Wyd. KulTour.pl/Proksenia, Poznań/Kraków, s. 424-255
- Mikos von Rohrscheidt A., 2011b, „Nowy” Szlak Piastowski – raport otwarcia., opracowanie niepublikowane, przygotowane i przedłożone na zlecenie Rady Programowo-Naukowej ds. Szlaku Piastowskiego i włączone do dokumentacji jej prac, s. 1-18.
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2011c, *Waloryzacja potencjału turystyczno-kulturowego szlaku tematycznego Niemiecki Szlak Bajek - "Deutsche Märchenstrasse"*, „Turystyka Kulturowa” Nr 9, s. 52-77,
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2011d, *Potencjał turystyczno-kulturowy Poznania i okolic*, [w:] A. Mikos v. Rohrscheidt (red.) *Obcy w Poznaniu, Historyczna metropolia jako ośrodek turystyki kulturowej*, Wyd. KulTour.pl/Proksenia, Poznań/Kraków, s. s. 77-93

- Mikos v. Rohrscheidt A., 2011e, *Szlaki kulturowe jako skuteczna forma tematyzacji przestrzeni turystycznej na przykładzie Niemieckiego Szlaku Bajek*, „Turystyka Kulturowa” Nr 9, s. 4-27.
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2011f, *(Re)animatorzy dawnej historii a podróże w czasie wolnym. Profil polskich uczestników ruchu „historical reenactment” i ich potencjał dla rozwijania turystyki kulturowej*, „Turystyka Kulturowa” Nr 2, s. 22-54
- Mikos v. Rohrscheidt, 2011g, *Faktyczna dostępność turystyczna obiektów sakralnych jako problem turystyki religijnej w Polsce*, artykuł, s. 23, [w:] Z. Kroplewski, A. Panasiuk (red.) *Turystyka Religijna. Zagadnienia interdyscyplinarne*, Wyd. Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin, s. 35-57
- Mikos v. Rohrscheidt, 2012a, *Koordinacja turystycznych szlaków tematycznych – analiza wybranych systemów polskich i europejskich*, „Turystyka Kulturowa” Nr 1, s. 35-62.
- Mikos v. Rohrscheidt, 2012b, *Elementy formalnoprawne w organizacji kulturowych szlaków turystycznych – balast czy istotna potrzeba? Zarys problematyki na podstawie analizy funkcjonowania wybranych systemów*, [w:] P. Cybula (red.) *Szlaki turystyczne a prawo – przeszłość, teraźniejszość, przyszłość*, Wyd. COTG PTTK, Kraków, s. 73-94
- Mikos v. Rohrscheidt, A., 2012c, *Inscenizacja historii i dziedzictwa - dialog kulturowy w przestrzeni turystycznej czy prywatne hobby? Analiza aktywności grup odtwórczych w przestrzeni Szlaku Piastowskiego*, [w:] M. Kazimierzczak (red.), *Jakość życia w kulturowych przestrzeniach podróżowania*, Wyd. AWF Poznań, s. 256-281
- Mikos v. Rohrscheidt, 2012d, *Przewodnictwo miejskie w kontekście wyzwań współczesnej turystyki kulturowej*, [w:] Z. Kruczek (red.), *Specjalizacja i profesjonalizacja we współczesnym pilotażu i przewodnictwie*, Wyd. Proksenia, Kraków, s.61-98
- Mikos v. Rohrscheidt, 2013, *Turystyka kulturowa w dobie przyspieszonej zmiany. Problemy zarządzania, promocji i badań turystyki kulturowej w Polsce*, Wyd. Kul-Tour.pl, Poznań, 2013
- Molik W., 2003, *Krajoznawstwo wielkopolskie w XIX i początkach XX wieku. Stan i potrzeby badań*, [w:] „Kronika Wielkopolska”, Nr 3, s. 41-56
- Munsters W., 2010, *The Cultural Destination Experience Audit Applied to the Tourist-historic city*, [w:] G. Richards, W. Munsters (red.), *Cultural Tourism Research Methods*, Wyd. CABI International, Wallingford, s.52-60
- Nahrstedt W., 1997, *Kulturtourismus*, Wyd. FernUniversität, Hagen
- Nawrot Ł., Zmyślony P., 2009, *Międzynarodowa konkurencyjność regionu turystycznego. Od programowania rozwoju do zarządzania strategicznego*, Wyd. Proksenia, Kraków.
- Nieszczerońska M., 2009, *Narracje miejskiej wyobraźni*, Wyd. Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań.
- Niemczyk A., 2012, *Zróżnicowanie zachowań konsumentów na rynku turystyki kulturowej*, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków

- Nierenberg B., 2009, *Ekonomiczne przesłanki zarządzania kulturą*, [w:] E. Orzechowski (red.) *Culture Management, Kulturmanagement. Zarządzanie kulturą*, Wyd. Uniwersytet Jagielloński, Katedra Zarządzania Kulturą, s. 238-242
- Nierenberg B., 2011, *Zarządzanie mediami. Ujęcie systemowe*, Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków
- Nowacki M., 2009a, *Aktualne tendencje na rynku atrakcji dla zwiedzających* [w:] A. Stasiak (red.) *Kultura i turystyka. Razem, ale jak?*, Wyd. WSTH Łódź, s. 267-284
- Nowacki M., 2009b, *Kształtowanie ceny wstępu do atrakcji dziedzictwa*, [w:] A. Stasiak (red.) *Kultura i turystyka. Wspólnie zyskać*, Wyd. WSTH Łódź, s. 203-218
- Nowacki M., 2011, *Szlaki dziedzictwa naturalnego i kulturowego drogą ku turystyce kreatywnej*, [w:] B. Włodarczyk, B. Kujawiak, J. Latosińska (red.), *Kultura i turystyka. Wspólna droga*, s. 11-28
- Nowacki M., 2012a, *Dziedzictwo i turystyka: relacje i ewolucja koncepcji*, [w:] B. Włodarczyk, B. Krakowiak (red.) *Kultura i turystyka: wspólne korzenie*, Wyd. ROTWŁ, Łódź, s. 35-49
- Nowacki 2012b, *Atrakcje turystyczne: Koncepcje, stan, determinanty zadowolenia osób zwiedzających*, Wyd. AWF Poznań
- O'Donoghue, T., Punch K. 2003, *Qualitative Educational Research in Action: Doing and Reflecting*, Wyd. Routledge, Oxford
- Orzechowski W., 2009, *Dziś nawet żebrak musi być sprawnym menedżerem. O zarządzaniu kulturą i szkolnictwem wyższym*, Wyd. Attyka, Kraków
- Page, S., & Hall, C. 2002, *Managing Urban Tourism*, Wyd. Prentice Hall, London
- Pawlicz A., 2012, *Zastosowanie technik yield management w komercjalizacji turystyki kulturowej*, „Turystyka Kulturowa” Nr 1, s. 5-18
- Piasta M., 2012, *Waloryzacja potencjału turystyczno-kulturowego powiatu mogileńskiego*, „Turystyka Kulturowa”, Nr 9, s. 71-78
- Piekarska-Dubaj Ł., 2012, *„Stwarzanie” Europejczyków – wyobrażenia symboliczne w Szlakach Kulturowych Rady Europy*, [w:] B. Włodarczyk, B. Krakowiak (red.) *Kultura i turystyka: wspólne korzenie*, Wyd. ROTWŁ, Łódź, s.77-84
- Pine B.J., Gilmore J.H., 1999, *The Experience Economy*, Wyd. Harvard University Press, Cambridge (Massachusetts).
- Podemski K., 2005, *Socjologia podróży*, Wyd. Naukowe UAM, Poznań
- Podemski K., 2008, *Turystyka kulturowa dla każdego*, [w:] M. Kazimierczak (red.) *W kręgu humanistycznej refleksji nad turystyką kulturową*, Wyd. AWF, Poznań s. 8-16
- Puczko L., Ratz T., 2007, *Trailing Goethe, Humbert and Ulysses: Cultural Routes in Tourism*, [w:] G. Richards (red.) *Cultural tourism. Global and Local perspectives*, Wyd. The Haworth Hospitality, New York, s. 131-148
- Puczko L., Bard E., Fuzi J., 2010, *Methodological Triangulation: the Study of Visitor Behaviour at the Hungarian open Museum*, [w:] G. Richards, W. Munsters (red.), *Cultural Tourism Research Methods*, Wyd. CABI International, Wallingford, s. 61-74

- Prawelska-Skrzypek G., 2003, *Polityka kulturalna polskich samorządów. Wybrane zagadnienia*, Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków
- Radkiewicz J., 2009, *Polityka historyczna w Polsce. Teoria – praktyka – dyskurs publiczny*, [w:] E. Orzechowski (red.), *Culture Management – Kulturmanagement – Zarządzanie Kulturą*, Wyd. UJ, Kraków, s. 276-288
- Richards G., Munsters W. (red.), 2010a, *Cultural Tourism Research Methods*, Wyd. CABI International, Wallingford,
- Richards G., Munsters W., 2010b, *Developments and Perspectives in Cultural Tourism research*, [w:] G. Richards, W. Munsters (red.), *Cultural Tourism Research Methods*, Wyd. CABI International, Wallingford, s. 1-12
- Richards G., 2010, *The Traditional Quantitative Approach. Surveying Cultural Tourists: Lessons from the ATLAS Cultural Tourism Research Project* [w:] G. Richards, W. Munsters (red.), *Cultural Tourism Research Methods*, Wyd. CABI International, Wallingford, s. 13-32
- Ritchie, B.W., Burns P., Palmer C. (red.), 2005, *Tourism Research Methods*, Wyd. CABI Publishing, Wallingford
- Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dn. 8 sierpnia 2011 w sprawie obszarów wiedzy, dziedzin nauki i sztuki oraz dyscyplin naukowych i artystycznych, Źródło: www.bip.nauka.gov.pl (dostęp 3.11.2012)
- Słaby T., Łuszniewicz A., 2008, *Statystyka. Teoria i zastosowania*, Wyd. C.H. Beck, Warszawa,
- Smith .L., 2006, *Uses of Heritage*, Wyd. Routledge, Abingdon, New York
- Sosnowski K., 1948, „Jurajski Szlak Orlich Gniazd” „Ziemia” Nr 6, s. 122-129
- Soszyńska P., 2009, *Waloryzacja turystyczno-kulturowa powiatu ślupeckiego „Turystyka Kulturowa”* Nr 6, s. 32-38,
- Stasiak A., 2006, *Produkt turystyczny – szlak*, Turystyka i Hotelarstwo Nr. 10 (2006), s. 9-40
- Stasiak A., 2007, *Szlaki turystyczne – zagospodarowanie, atrakcja czy produkt turystyczny?*, [w:] *Szlaki turystyczne a przestrzeń turystyczna*, mat. z konferencji pod red. P. Kuleczki, Wyd. Zarząd Główny PTTK, Warszawa, s. 45-54
- Stasiak A., (red.) 2009, *Kultura i turystyka. Razem, ale jak?*, Wyd. WSTH Łódź
- Steinecke A., 2007, *Kulturtourismus. Marktstrukturen, Fallstudien, Perspektiven*, Wyd. Oldenburg, München-Wien,
- Steinecke A., 2011, *Was besichtigen wir morgen? Trends und Herausforderungen im Kulturtourismus*, [w:] A. Hausmann, L. Murzik (red.), *Neue Impulse im Kulturtourismus*, Wyd. VS Verlag, Wiesbaden, s. 11-34
- Stępniewski M., 2011, *Waloryzacja turystyczno-kulturowa Kościana i powiatu kościańskiego*, „Turystyka Kulturowa” Nr 6, s. 40-49
- Styperek J., 2002, *Linearne systemy penetracji rekreacyjnej*, Wyd. Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań
- Styperek J., 2004, *Funkcje szlaków turystycznych w aspekcie edukacyjnym*, [w:] Kazimierzczak M. (red.), *Turystyka w humanistycznej perspektywie*, Wyd. AWF Poznań, Poznań, s. 327-332

- Studzieniecki T., Hartenberger-Pater K., 2011, *AmBaR – Transgraniczny szlak bursztynowy*, [w:] B. Włodarczyk, B. Kujawiak, J. Latosińska (red.), *Kultura i turystyka. Wspólna droga*, Wyd. ROTWŁ, Łódź, s. 101-112, s. 187-203
- Suprewicz J., 2005, *Socjologia turystyki*, Wyd. WSSP, Lublin
- Szeląg, J. Skutnik (red.), 2010, *Edukacja muzealna. Antologia tłumaczeń*, Wyd. Muzeum Narodowe w Poznaniu, Poznań,
- Terminologia turystyczna. Zalecenia WTO, ONZ-WTO*, 1995, UKFiT, Warszawa
- Tilden F., 1977, *Interpreting Our Heritage*, Wyd. The University of North Carolina Press, (3.Wyd.), Chapel Hill,
- Toivonen, T., 2005, *Omnivorousness in cultural tourism: an international comparison*, ATLAS
- Topolski J. (red.), 1969, *Dzieje Wielkopolski*, t. I, Wyd. Poznańskie, Poznań
- Topolski J., 1984, *Metodologia historii*, Wyd. PWN Warszawa
- Tourism – 2020 Vision. A new forecast from the World Tourism Organization. Executive Summary*, WTO, Madrid, 1999.
- Tyszka A., 1971, *Uczestnictwo w kulturze. O różnorodności stylów życia*, Wyd. PWN, Warszawa
- White H., 2000, *Poetyka pisarstwa historycznego*, Wyd. Universitas, Kraków
- Wieczorek P., 2009, *Waloryzacja potencjału turystyczno-kulturowego miasta Żnina i powiatu żnińskiego*, „*Turystyka Kulturowa*” Nr 2, s.51-67
- Wieczorkiewicz A., 2008, *Apetyt turysty. O doświadczaniu świata w podróży*, Wyd. Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych UNIVERSITAS, Kraków.
- Wódkowski A., 2007, *Mystery Shopping- badanie jakości usług*, [w:] D. Maison, A. Noga-Bogomilski, *Badania marketingowe: od teorii do praktyki*, Wyd. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk
- Wysocka B., Kwiczala M., 1968, *Szlak Piastowski. Przewodnik*, Wyd. Poznańskie, Poznań
- Zakrzewska M., 1994, *Analiza czynnikowa z budowaniem i sprawdzaniu modeli empirycznych*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań
- Zgólkowa H. (red.), 1998, *Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny*, Wyd. Kurpisz, Poznań, tom 17.
- Zysnarski R., 1978, *Stan zagospodarowania Szlaku Piastowskiego na tle generalnej koncepcji*, [w:] *Kronika Wielkopolska*, z. 3(16) , s. 5-10

Dokumentacja dotycząca reorganizacji Szlaku Piastowskiego:

Wszystkie wymienione dokumenty są dostępne w archiwum Rady Programowo-Naukowej w siedzibie jej koordynatora: Starostwie Powiatu Gnieźnieńskiego, ponadto ich kopie są w posiadaniu autora opracowania.

List intencyjny zawarty w dniu 4 września 2012 w Gnieźnie ... w sprawie restytucji Szlaku Piastowskiego,

Pismo Przewodnie Starosty Gnieźnieńskiego z 13.02.2012 (rozesłane jako okólnik, według rozdzielnika); dostępne także na www.wielkopolska.travel/aktualnosci/326

Nota Koordynatora z dn. 26.04.2012 w odpowiedzi na zapytanie audytora

Notatka z konsultacji przeprowadzonych w ramach audytu Szlaku Piastowskiego z prof. Hanną Kocka-Krenz z dn. 5.04.2012.

Rada Programowo-Naukowa ds. Szlaku Piastowskiego, 2011a, Protokół z I posiedzenia (Poznań, w dniu 14 czerwca 2012)

Rada Programowo-Naukowa ds. Szlaku Piastowskiego, 2011b, Protokół z III posiedzenia (Biskupin, w dniu 2 grudnia 2011)

Rada Programowo-Naukowa ds. Szlaku Piastowskiego, 2012, Protokół z IV posiedzenia (Gniezno, w dniu 2 marca 2012)

Raport z badań turystów w obiektach Szlaku Piastowskiego, przeprowadzonego w okresie od 15 kwietnia do 15 sierpnia 2012, autor: Armin Mikos v. Rohrscheidt – archiwum Rady PNdsSP, Starostwo Powiatu Gnieźnieńskiego

Raport z audytu Szlaku Piastowskiego przeprowadzonego w okresie od 1 marca do 27 kwietnia 2012, autor: Armin Mikos v. Rohrscheidt] –

Sprawozdanie merytoryczne z działalności Powiatowego Centrum Informacji Turystycznej w 2011r. - www.szlakpiastowski.com.pl

Statut Organizacji Turystycznej Szlak Piastowski, 2003 (tekst jednolity według stanu na dzień 3 czerwca 2009),

Sprawozdanie merytoryczne z działalności Organizacji Turystycznej Szlak Piastowski za rok 2010

Sprawozdanie merytoryczne z działalności Organizacji Turystycznej Szlak Piastowski za rok 2011

Sprawozdanie merytoryczne z działalności Powiatowego Centrum Informacji Turystycznej w 2011r.

Publikacje krajoznawcze i popularyzatorskie na temat Szlaku Piastowskiego:

Anders P., 2006, *Szlakiem Piastowskim*, Wyd. WBPiCAK, Pracownia Krajoznawcza, Poznań

Bykowski W., 1999, *Na piastowskich szlakach. Turystyczny przewodnik rowerowy Pojezierza Gnieźnieńskiego i Pałuk Żnińskich oraz okolic Gopła*, Wyd. Apeiron, Bydgoszcz,

Dzianisz P., Umiński J., 1960, *Szlak Piastowski*, Wyd. I, Wyd. Sport i Turystyka, Bydgoszcz,

Dzianisz P., Umiński J., 1966, *Szlak Piastowski*, Wyd. II popr. i poszerz., Wyd. Wojewódzki Ośrodek Informacji Turystycznej, Bydgoszcz

Kaczyńscy I. T., 2008, *Szlakiem Piastowskim*, Wyd. Muza SA, Warszawa

Kilarski J., 1938, *Przewodnik po Wielkopolsce*, Wyd. Księgarnia Św. Wojciecha, Poznań-Warszawa-Wilno-Lublin

Mikos v. Rohrscheidt A. (red.), 2012e, *30 sposobów na Poznań. Przewodnik tematyczny*. Wyd. Kultour.pl, Poznań

- Kilarski J., 1938, *Przewodnik po Wielkopolsce. Podręcznik dla turysty-krajoznawcy*, Poznań – Warszawa – Wilno - Lublin,
- Łęcki W., 1979, *Szlak Piastowski. Poznań. Gniezno. Kruszwica. Inowrocław. Żnin. Biskupin. Przewodnik*, Wyd. Poznańskie, Poznań
- Łęcki W., 1989, *Na Szlaku Piastowskim. Przewodnik*, Wyd. Polonia, Warszawa
- Łęcki W., 1997, *Szlak Piastowski. Przewodnik*, Wyd. I, Wyd. WBP, Poznań
- Łęcki W., 2000, *Szlak Piastowski. Przewodnik*, Wyd II zmienione, Wyd. WBP Poznań
- Łęcki W., 2006, *Szlak Piastowski*. Wyd. WBP, Poznań
- Maluśkiewicz P, *Między legendą i historią. Szlakiem Piastowskim z Poznania do Gniezna*, Wyd. WBP, Poznań 1995
- Orłowicz M., 1920, *Ilustrowany przewodnik po Poznańskim*, Wyd. Książnicy Polskiej TNSW, Lwów-Warszawa
- Plenzler A., 2000, *Szlak Piastowski*, Wyd. Wojew. Ośrodek Promocji i Informacji, Poznań,
- Plenzler A., 2008, *Wielkopolska*, Wyd. BOSZ, Olszanica
- Sikorska J (red.), 2006, *Skąd się Polska zaczęła, od Kruszwicy do Poznania. Rzecz o Szlaku Piastowskim*, Wyd. Mirex, Bydgoszcz
- Szewczykowie I.R., 2008, *Szlaki turystyczne*, Wyd. Carta blanca, Warszawa
- Szlak Piastowski. Przewodnik kieszonkowy, 2006* (red. prow. K. Stańczyk), Wyd. Pascal, Bielsko-Biała
- Szlak Piastowski. U źródeł polskości. Ilustrowany przewodnik z mapami*, 2010, Wyd. Turystyczne Plan, Jelenia Góra

Wykorzystane oficjalne portale internetowe instytucji i organizacji:

- WWW* – w pracy cytowane są oficjalne portale internetowe instytucji i zarejestrowanych mediów. Treści pochodzące ze wszystkich portali zweryfikowano 3 listopada 2012.
- [Bagrit. *www* 2012], *Roberta Bagrita Wielkie Spisywanie - Serwis Ruchu Rekonstrukcyjnego i Odtwórczego*, www.bagrit.pl (dostęp: 05.05..2012)
- [BRacz.Poz *www* 2012] - www.bracz.edu.pl – portal Biblioteki Raczyńskich w Poznaniu
- [Ciążen *www* 2012] www.lib.amu.edu.pl/specjalne/ciazen - strona Zbiorów Specjalnych Biblioteki UAM w Ciężeniu
- [EUR-LEX *www* 2012] www.eur-lex.europa.eu - dostęp do aktów prawnych Unii Europejskiej
- [ICOMOS *www* 2012] - www.icomos-ciic.org – portal Międzynarodowego Instytutu Szlaków Kulturowych
- [M.Lednica *www* 2012] - www.lednicamuzeum.pl – portal muzeum Pierwszych Piastów na Lednicy
- [M.Wag. *www* 2012] - www.opatowka.pl – oficjalna strona Muzeum Regionalnego w Wągrowcu
- [M.O.Kal. *www* 2012] - www.muzeum.kalisz.pl – portal Muzeum Okręgowego Ziemi Kaliskiej

- [*M.Ino* *www* 2012] - www.mjkinowroclaw.ecom.net.pl – oficjalna strona Muzeum im. Jana Kasprowicza w Inowrocławiu
- [*Moto.Poz* *www* 2012] - www.aw.poznan.pl/muzeum - portal Muzeum Motoryzacji Automobilklubu Wielkopolskiego w Poznaniu
- [MKiDN *www* 2012] www.mkidn.gov.pl – portal Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego (wykaz muzeów)
- [*M.Niep.Poz* *www* 2012] - www.muzeumniepodleglosci.poznan.pl – portal Wielkopolskiego Muzeum Walk Niepodległościowych w Poznaniu
- [*Mogilno* *www* 2012] - www.mzm.mogilno.pl – portal Muzeum Ziemi Mogileńskiej w Chabsku
- [*Muzarp* *www* 2012] – www.muzarp.poznan.pl - portal Muzeum Archeologicznego w Poznaniu
- [*MuzPPP*, *www* 2012] – www.mppp.pl – portal Muzeum Początków Państwa Polskiego w Gnieźnie
- [*MuzWloc* *www* 2012] - www.muzeum.wloclawek.pl – portal Muzeum Ziemi Dobrzyńskiej we Włocławku
- [*MuzArG*, *www* 2012] - www.muzeumag.pl – strona internetowa Muzeum Archidiecezji Gnieźnieńskiej
- [*MuzNarPoz*, *www* 2012] - www.mnp.art.pl – portal Muzeum Narodowego w Poznaniu
- [*Muz.O.Kon* *www* 2012] - www.muzeum.com.pl – portal Muzeum Okręgowego w Koninie
- [*MuzUnMed.Poz* *www* 2012] - www.old.amp.edu.pl – strona Muzeum Uniwersytetu Medycznego w Poznaniu
- [*Muz.W.Śr.Poz.* *www* 2012] – <http://www.poznan.pl/mim/turystyka/muzea-w-poznaniu,poi,202,12/muzeum-wiedzy-o-srodowisku-zaklad-badan-srodowiskarolniczego-i-lesnego-pan,15735.html> - strona Muzeum Wiedzy o Środowisku w Poznaniu
- [*MuzFarmPoz.* *www* 2012] - <http://www.poznan.pl/mim/turystyka/muzea-w-poznaniu,poi,202,12/muzeum-farmacji,21938.html> – strona Muzeum Farmacji w Poznaniu
- [*MuzWrzes* *www* 2012] - www.muzeum.wrzesnia.pl – portal Muzeum Regionalnego im. Dzieci Wrześnińskich we Wrześni
- [*MuzZnin* *www* 2012] - www.muzeumznin.pl – portal Muzeum Ziemi Pałuckiej w Żninie
- [*NID* *www* 2012] - www.nid.pl - (oficjalny portal internetowy) Narodowego Instytutu Dziedzictwa
- [*Szlak Piastowski* *www* 2012] - www.szlakpiastowski.com.pl – portal internetowy Organizacji Turystycznej Szlak Piastowski
- [*TK.EU* *www*] www.turystykakulturowa.eu – „Turystyka Kulturowa. Portal popularyzacyjny” - miesięcznik wydawany przez redakcję czasopisma naukowego „Turystyka Kulturowa”
- [*TK.ORG* *www*] www.turystykakulturowa.org - :Turystyka Kulturowa. Czasopismo naukowe.

- [*Turystyka Gniezno* www 2012] www.turystyka.powiat-gniezno.pl – oficjalny portal turystyczny Powiatu Gnieźnieńskiego
- [*WOT* www 2012] www.wielkopolska.travel – portal regionalny Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej
- [*WOT* www TK 2012] www.wielkopolska.travel/turystyka_kulturowa - dział turystyki kulturowej portalu regionalnego Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej

Inne wykorzystane źródła:

- Rozmowa z B. Rzykim, *Przewodniczącym OT Szlak Piastowski*, 2009, „Turystyka Kulturowa. Portal popularyzacyjny” Nr 4/2009, www.turystykakulturowa.eu/?id=place&nr=6
- Rozmowa z Włodzimierzem Łękim z dn. 16 04.2012, nagranie w zasobach autora.
- Sprawozdanie merytoryczne z działalności PCIT w 2011r.*, Gniezno 2012, zarchiwizowany w dokumentacji badania audytowego
- Niezabitowski M., 2011, *Muzeum narracyjne – próba definicji i charakterystyki* - wykład w ramach projektu „Akademia Zarządzania Muzeum”, Poznań, Muzeum Narodowe, 20 grudnia 2011.

Spis rycin i tabel

Ryc. 1. Propozycja „szlaku piastowskiego” według opisu J. Kilarskiego z 1938 r.	64
Ryc. 2. Schemat Szlaku Piastowskiego wg koncepcji Dzianisza – Umińskiego z 1960 r.	66
Ryc. 3. Mapa Szlaku Piastowskiego według koncepcji Wysockiej/Kwiczkały z 1968 r.	69
Ryc. 4. Schemat Szlaku Piastowskiego według koncepcji W. Łęckiego z r. 1979.	71
Ryc. 5. Schemat Szlaku Piastowskiego z przewodnika W. Łęckiego (2000).	73
Ryc. 6. Obiekty Szlaku Piastowskiego według koncepcji A. Plenzler z r. 2000.	74
Ryc. 7. Obiekty Szlaku Piastowskiego według koncepcji opisanej w [Sikorska 2006]	75
Ryc. 8. Schemat Szlaku Piastowskiego z portalu OT Szlak Piastowski (2008)	78
Ryc. 9. Schemat szlaku Piastowskiego zamieszczony w kwietniu 2012 na portalu internetowym OT Szlak Piastowski.	79
Ryc. 10. Schemat Szlaku na Portalu Powiatu Gnieźnieńskiego (kwiecień 2012)	80
Ryc. 11. Schemat Szlaku Piastowskiego zamieszczony w monografii A. Mikosa v. Rohrscheidt [2008a].	81
Ryc. 12. Schemat Szlaku Piastowskiego zamieszczony w opracowaniu A. Mikos v. Rohrscheidt „Regionalne szlaki tematyczne...” (2010a).	82
Ryc. 13. Schemat rekomendowanego przez Radę PdsSP „nowego” Szlaku Piastowskiego.	93
Ryc. 14. Przestrzeń Szlaku Piastowskiego wg rekomendacji Rady PNdsSP, 2012.	96
Ryc. 15. Całościowa koncepcja badania Szlaku Piastowskiego.	100
Ryc. 16. Triangulacja metod w audycie Szlaku Piastowskiego i jego ewaluacji.	101
Ryc. 17. Obiekty i trasy Szlaku Piastowskiego objęte audytem.	135
Ryc. 18. Przestrzeń Szlaku Piastowskiego objęta audytem.	136
Ryc. 19. Dostępność faktyczna obiektów Szlaku Piastowskiego.	146
Ryc. 20. Oznaczenie obiektów Szlaku Piastowskiego.	147
Ryc. 21. Parkingi przy obiektach Szlaku Piastowskiego.	150
Ryc. 22. Obecność i typy wystaw stałych w obiektach Szlaku Piastowskiego.	161
Ryc. 23. Mikroeventy w obiektach Szlaku Piastowskiego.	162
Ryc. 24. Status portali i stron internetowych obiektów Szlaku Piastowskiego.	171
Ryc. 25. Lokalizacja eventów o profilu kulturowo-turystycznym w przestrzeni SP.	193
Ryc. 26. Aktywne grupy odtwórcze w przestrzeni Szlaku Piastowskiego.	196
Ryc. 27. Zwartość Szlaku Piastowskiego.	199
Ryc. 28. Przejezdność tras szlaku dla autokarów i samochodów osobowych.	200
Ryc. 29. Oznaczenia szlaku przy drogach.	203
Ryc. 30. Dostępność miejscowości i obiektów szlaku dla komunikacji kolejowej.	204
Ryc. 31. Dostępność obiektów szlaku za pomocą publicznej komunikacji autobusowej.	205
Ryc. 32. Schemat proponowanej trasy „Piastowski Poznań” jako lokalnej oferty szlaku.	295
Ryc. 33. Propozycja trasy lokalnej w ramach Szlaku w Gminach Żnin i Gąsawa.	296
Ryc. 34. Przebieg proponowanej Piastowskiej Trasy Archeologicznej w ramach SP.	305
Ryc. 35. Przebieg proponowanej Trasy Początków Chrześcijaństwa w Polsce.	307
Ryc. 36. Proponowany przebieg „Trasy Monastycznej” w ramach SP.	308
Ryc. 37. Postulowane lub potencjalnie konieczne zmiany w strukturze SP.	337
Ryc. 38. Podmioty uczestniczące w zarządzaniu Szlakiem Piastowskim.	361
Ryc. 39. Model centralny koordynacji szlaku tematycznego.	366
Ryc. 40. Schemat finansowania szlaku w systemie dualnym.	371
Ryc. 41. Schemat finansowania szlaku w systemie partnerskim.	372
Ryc. 42. System finansowania szlaku z udziałem sponsoringu.	374

Tabela 1. Miejscowości z obiektami uwzględnianymi na listach obiektów Szlaku Piastowskiego	83
Tabela 2. Metody stosowane w poszczególnych fazach i zakresach badań Szlaku Piastowskiego	104
Tabela 3. Obiekty Szlaku Piastowskiego posiadające status Pomnika Historii	140
Tabela 4. Typy obiektów Szlaku Piastowskiego	143
Tabela 5. Stałe wystawy w obiektach SP tematyzowane zgodnie z profilem szlaku.....	152
Tabela 6. Stałe wystawy w przestrzeni SP częściowo zgodne z profilem szlaku	155
Tabela 7. Pozostałe wystawy stałe w obiektach SP i w miejscowościach w przestrzeni SP	157
Tabela 8. Obecność i typy urządzenia ekspozycji stałych w obiektach Szlaku Piastowskiego	159
Tabela 9. Udział Szlaku Piastowskiego w potencjale turystyczno-kulturowym powiatów ..	174
Tabela 10. Usługi noclegowe w przestrzeni Szlaku Piastowskiego.....	177
Tabela 11. Oferta gastronomiczna w przestrzeni Szlaku Piastowskiego	179
Tabela 12. Aktywność grup zbieżna z potrzebami Szlaku Piastowskiego i jego obiektów	197
Tabela 13. Główny cel odwiedzin w obiekcie (TS).....	213
Tabela 14. Rodzaj realizowanego wyjazdu (TS)	214
Tabela 15. Szlaki kulturowe preferowane przez turystów (TS).....	216
Tabela 16. Regiony preferowane jako cele wyjazdów turystycznych (TS)	218
Tabela 17. Preferowane regiony w zależności od wieku (TS).....	219
Tabela 18. Preferowane regiony zależnie od wykształcenia (TS).....	220
Tabela 19. Preferowane obiekty / wydarzenia (TS).....	222
Tabela 20. Długość wyjazdu (TS)	223
Tabela 21. Typ wykorzystanego noclegu (TS)	225
Tabela 22. Zwiedzanie / wykorzystanie oferty kulturalnej (TS).....	225
Tabela 23. Zadowolenie z pobytu w obiekcie (TS)	226
Tabela 24. Ocena poziomu spełnienia oczekiwań w obiekcie (TS).....	226
Tabela 25. Ocena gościnności w obiekcie (TS)	227
Tabela 26. Ocena obsługi w obiekcie (TS)	227
Tabela 27. Zadowolenie z pobytu na szlaku (TS).....	230
Tabela 28. Ocena poziomu spełnienia oczekiwań w stosunku do szlaku (TS)	230
Tabela 29. Ocena gościnności w obiektach szlaku ogółem (TS).....	230
Tabela 30. Ocena poziomu obsługi na szlaku (TS).....	230
Tabela 31. Średnie wydatki podczas wyjazdu w zależności od wieku badanych (TS).....	233
Tabela 32. Organizacja podróży (TS)	234
Tabela 33. Sposób rezerwacji usług (TS)	234
Tabela 34. Źródła informacji wykorzystane przed wyjazdem(TS).....	235
Tabela 35. Źródła informacji wykorzystane przed wyjazdem zależnie od wieku (TS)	235
Tabela 36. Źródła informacji wykorzystane przed wyjazdem zależnie od wykształcenia (TS)	236
Tabela 37. Źródła informacji wykorzystane na miejscu (TS).....	237
Tabela 38. Źródła informacji wykorzystane na miejscu zależnie od wieku (TS)	237
Tabela 39. Źródła informacji wykorzystane na miejscu zależnie od wykształcenia (TS)....	237
Tabela 40. Płeć respondentów w relacji do wieku (TS).....	238
Tabela 41. Płeć respondentów w relacji do wykształcenia (TS).....	238
Tabela 42. Wiek badanych (TS)	239
Tabela 43. Sytuacja zawodowa badanych (TS)	240
Tabela 44. Pozycja zawodowa badanych (TS)	241
Tabela 45. Dochód roczny gospodarstwa (TS).....	241
Tabela 46. Główny cel przyjazdu (TO)	246

Tabela 47. Rodzaj realizowanego wyjazdu (TO).....	247
Tabela 48. Preferowane obiekty/wydarzenia (TO).....	249
Tabela 49. Długość wyjazdu (TO).....	252
Tabela 50. Typ wykorzystanego noclegu (TO)	253
Tabela 51. Zwiedzanie i wykorzystanie oferty kulturalnej (TO).....	254
Tabela 52. Zadowolenie z pobytu w obiekcie (TO).....	255
Tabela 53. Ocena poziomu spełnienia oczekiwań w obiekcie (TO)	255
Tabela 54. Ocena gościnności w obiekcie (TO)	255
Tabela 55. Ocena poziomu obsługi w obiekcie (TO)	255
Tabela 56. Średnie wydatki podczas wyjazdu w zależności od wieku badanych (TO)	258
Tabela 57. Organizacja podróży (TO)	259
Tabela 58. Sposób rezerwacji usług (TO).....	260
Tabela 59. Źródła informacji wykorzystane przed wyjazdem (TO)	260
Tabela 60. Źródła informacji wykorzystane na miejscu (TO)	261
Tabela 61. Płeć respondentów w relacji do wieku (TO).....	262
Tabela 62. Płeć respondentów w relacji do wykształcenia (TO)	262
Tabela 63. Wiek badanych (TO).....	263
Tabela 64. Sytuacja zawodowa badanych (TO).....	264
Tabela 65. Pozycja zawodowa badanych (TO).....	265
Tabela 66. Roczny dochód gospodarstwa domowego (TO)	265
Tabela 67. Zadowolenie z pobytu w obiekcie (OO)	270
Tabela 68. Ocena poziomu spełnienia oczekiwań obiekcie (OO).....	270
Tabela 69. Ocena gościnności w obiekcie (OO).....	270
Tabela 70. Ocena poziomu obsługi w obiekcie (OO)	271
Tabela 71. Płeć respondentów relacji do wieku (OO)	273
Tabela 72. Płeć respondentów w relacji do wykształcenia (OO).....	273
Tabela 73. Wiek badanych (OO)	273
Tabela 74. Sytuacja zawodowa badanych (OO)	275
Tabela 75. Pozycja zawodowa badanych (OO)	275
Tabela 76. Roczny dochód gospodarstwa domowego (OO).....	276

Załączniki

Załączniki zamieszczone w niniejszej publikacji obejmują wzory zastosowanych kwestionariuszy badania oraz szczegółowe tabele sporządzone podczas ewaluacji badania turystów na szlaku i nie wykorzystane bezpośrednio podczas analizy wyników. Tabele te mogą być przydatne do formułowania wniosków szczegółowych, odnoszących się do poszczególnych elementów strategii rozwoju szlaku lub ustalania kanałów jego promocji, nie objętych niniejszym opracowaniem

Adnotacja dotycząca pełnej dokumentacji przeprowadzonych badań

Pełny zestaw załączników, zarchiwizowany w postaci elektronicznej, obejmuje XXX jednostek, uszeregowanych w sześciu działach według następującego porządku:

Dział 1. „Obiekty Szlaku”. W dziale, pogrupowane według obiektów:

- a) KAO – Kwestionariusze obiektowe
- b) NMT – Noty Anonimowego Turysty
- c) Plany sytuacyjne obiektów

Dział 2. „Przestrzeń Szlaku” –w dziale, pogrupowane według gmin:

- a) KAG – Kwestionariusze gmin w przestrzeni szlaku
- b) ZONiG – Zestawienia Obiektów Noclegowych i Gastronomicznych w Gminach
- c) jednolity dokument SPATO – zestawienie wyników audytu tras i oznaczeń Szlaku Piastowskiego

Dział 3. „Eksperci” – w dziale:

- WE – Wywiady Eksperckie
- OAR, PBU, SCZ, MPI – opinie audytorów po przeprowadzeniu audytu

Dział 4. Inne

- a) Dokumentacja przekazana przez koordynatora Szlaku Piastowskiego
- b) Dokumentacja konsultacji przeprowadzonych przy opracowywaniu Raportu (noty).
- c) Typologia obiektów
- d) Wzory użytych kwestionariuszy

Dział 5. „Dokumentacja Elektroniczna” – w dziale:

- a) Folder Dokumentacja Fotograficzna w folderze SP-DF i podfolderach, utworzonych przez poszczególnych członków zespołu audytowego.
- b) Nagrania z przeprowadzonych Wywiadów Eksperckich

Dział 6: Raporty:

- a) pełna wersja Raportu z audytu Szlaku Piastowskiego (2012)
- b) pełna wersja Raportu z badań turystów w obiektach Szlaku Piastowskiego (2012)

Wszystkie załączniki, zarchiwizowane w postaci elektronicznej znajdują się wraz z oryginałem raportów z badań w archiwum Rady Programowo-Naukowej do spraw Szlaku Piastowskiego, przechowywanym w Wydziale Promocji i Rozwoju Starostwa Powiatu Gnieźnieńskiego (62-200 Gniezno, ul. Jana Pawła II 9/10, tel. 61 424 07 43) oraz w posiadaniu autora pracy.

KWESTIONARIUSZ AUDYTU OBIEKTU SZLAKU na podstawie wizji lokalnej

0. Metryka obiektu:

0.1. Typ obiektu: [__ - __ - __]

0.2. Pełna nazwa obiektu:

0.3. Lokalizacja obiektu:

Miejscowość:, gmina:, powiat:

0.4. Pełny adres pocztowy obiektu:

Kontakt: Telefon: Email:

05. Administrator obiektu, nazwa:

06. Administrator, kontakt:

1. Tematyzacja obiektu:

1.1. Zgodność tematyczna obiektu z profilem szlaku: ☐ pełna, ☐ częściowa, ☐ brak zgodności

Uzasadnienie:
.....

1.2. Tematyzacja obiektu na miejscu:

a) opracowania naukowe dostępne na miejscu: ilość: 0- ☐, 1- ☐, 2 i więcej - ☐

1., Rok wydania:, języki:

2., Rok wydania:, języki:

b) publikacje popularyzacyjne na miejscu: ilość: 0- ☐, 1- ☐, 2 i więcej - ☐

1., Rok wydania:, języki:

2., Rok wydania:, języki:

2. Dostępność obiektu:

2.1. Dostępność faktyczna obiektu: ☐ pełna, ☐ ograniczona, ☐ niepewna lub brak

Opis sposobu udostępnienia / uzasadnienie braku dostępności:
.....

2.2. Dostępność komunikacyjna obiektu:

2.2.1. Dojazd drogowy: ☐ bez ograniczeń, ☐ z ograniczeniem (jakie):

2.2.2. Możliwość parkowania autokarów: na miejscu ☐ tak, ☐ nie (odległość w m: ...),
typ parkingu: opis:, płatny: ☐ tak, ☐ nie

2.2.3. Możliwość parkowania samochodów osob. na miejscu ☐ tak, ☐ nie (odległość w metrach: ...),

typ parkingu: opis:, płatny: ☐ tak, ☐ nie

2.2.4. Przystanek kolejowy: na miejscu: ☐ tak, ☐ nie

(jeśli nie, to odległość do najbliższego: (..... km),

2.2.5. Przystanek autobusowy na miejscu: ☐ tak, ☐ nie

(jeśli nie, to odległość do najbliższego: (..... km).

3. Oznaczenie obiektu

3.1. Oznaczenie przy obiekcie: ☐ tak, ☐ nie, forma, języki:

3.2. Oznaczenie dojazdu przy drogach ☐ tak, ☐ nie,

Gestor oznaczenia: ☐ szlak, ☐ obiekt, ☐ gmina, ☐ inni

3.3. Forma opisu obiektu z zewnątrz:, języki:

4. Stan obiektu: (stan stwierdzony zaznaczyć)

4.1. brak zagrożeń budowlanych dla zwiedzających: ☐ tak, ☐ nie*,

4.2. wyposażenie obiektu w WC i węzeł sanitarny: ☐ tak, ☐ nie,

4.3. estetyczny wygląd zewnętrzny:

☐ bardzo dobry, ☐ zadowalający, ☐ znaczne mankamenty*, ☐ stan krytyczny*

4.4. estetyczny wygląd wewnętrzny:

☐ bardzo dobry, ☐ zadowalający, ☐ znaczne mankamenty*, ☐ stan krytyczny*

4.5. czystość bliskiego otoczenia:

☐ bardzo dobry, ☐ zadowalający, ☐ znaczne mankamenty*, ☐ stan krytyczny*

*Wyjaśnienia odnośnie stwierdzonego stanu obiektu:
.
.

5. Ekspozycja i aktywność proturystyczna:

5.1. wystawy ☐ tak [ilość: stałe: . . ., czasowe: . . ., specjalne i okolicznościowe: . . .]
☐ nie

5.1.1 w tym wystawy interaktywne: ☐ tak, ☐ nie [ilość: . . .],

5.1.2 wystawy multimedialne ☐ tak, ☐ nie [ilość: . . .]

5.2. trasy zwiedzania

☐ tak [ilość: oznaczone: . . ., wirtualne: . . ., audioguide (ile opisanych elem.): . . .]

☐ nie

5.3. formy ekspozycji (opis wystaw, tras):
.
.

5.4. opis zbiorów: ☐ tak, ☐ nie [forma:, języki:]

5.5. Przewodnictwo po obiekcie:

a) stałe: ☐ tak, ☐ nie [języki:]

b) na zamówienie: ☐ tak, ☐ nie [języki:]

5.6. Eventy i animacja turystyczna (stałe i na zamówienie):

a) eventy regularne: ilość: 0- ☐, 1- ☐, 2 i więcej - ☐

1. Nazwa:, cykliczność:, miesiąc:

2. Nazwa:, cykliczność:, miesiąc:

5.7. Mikroeventy: 0- ☐, 1- ☐, 2- ☐, 3 i więcej - ☐

a) stałe:

1. nazwa:, 2. nazwa:

3. nazwa:, 4. nazwa:

b) regularne: 0- ☐, 1- ☐, 2- ☐, 3 i więcej - ☐

1. Nazwa:, cykliczność:

2. Nazwa:, cykliczność:

c) na zamówienie: 0- ☐, 1- ☐, 2- ☐, 3 i więcej - ☐

1. nazwa:, 2. nazwa:,

5.8. moduły edukacyjne: ☐ tak, ☐ nie

a) warsztaty tematyczne: ilość ofert:, b) Lekcje i pokazy: ilość ofert:

5.9. Grupy afiliowane / działające przy obiekcie ☐ tak, ☐ nie [ilość:]

Nazwy:

5.10. Inne elementy oferty turystycznej: 0- ☐, 1- ☐, 2- ☐, 3- ☐, 4 i więcej - ☐,

*opis, jeśli są:

1.

2.

5.11. Inne aktywności obiektu (drzwi otwarte, newsletter, gazeta itd.):

0- ☐, 1- ☐, 2- ☐, 3- ☐, 4 i więcej - ☐

.....
.....

6. Pozostałe badane kwestie:

6.1. Sklep obiektowy ☐ tak, ☐ nie, kiosk obiektowy ☐ tak, ☐ nie

6.2. Lokal gastronomiczny:

a) własny w/przy obiekcie: ☐ tak, ☐ nie [nazwa, typ:]

b) Inny w pobliżu: nazwa: typ:, odl. w m.

6.3. Obiekty noclegowe:

a) najbliższy (nazwa:, typ:, odległość w km: ...)

b) najbliższy hotel (nazwa:, typ:, odległość w km: ...)

6.4. Strona internetowa: ☐ tak, ☐ nie

[adres:, wersje językowe: ...]

Cechy strony: ☐ własny portal, ☐ moduł autonomiczny innej strony,

☐ w pełni zależna strona*, ☐ segment w obcym portalu*

Aktualizacja portalu: odpowiedzialni: częstotliwość:

7. Załączniki:

7.1. Dokumentacja fotograficzna: folder, zdjęcia nr od: ... do: ...

7.2. Wywiad: osoba:, adres dokumentu:

7.3. Badania turystów w obiekcie ☐ tak, ☐ nie ,

[metoda/ nazwa badania:]

[sygnatura dokumentacji: n-ry od: do:]

7.4. Inne badania: jakie:

adres dokumentacji:

[Sporządził:, Data:]

Załącznik nr 2

Nazwa szlaku: SZLAK PIASTOWSKI

NUMER: [KAG - SP]

KWESTIONARIUSZ AUDYTU GMINY W PRZESTRZENI SZLAKU

Gmina:

Powiat,

Województwo:

1. Obiekty Szlaku na terenie gminy (formalnie wpisane / uznane)

Ilość: 1- ☐, 3- ☐, 4- ☐, 5- ☐, 6 i więcej - ☐

1.1. Nazwa: Typ:

Miejscowość:, Dokumentacja audytu:

1.2. Nazwa: Typ:

Miejscowość:, Dokumentacja audytu:

1.3. Nazwa: Typ:

Miejscowość:, Dokumentacja audytu:

1.4. Nazwa: Typ:

Miejscowość:, Dokumentacja audytu:

1.5. Nazwa: Typ:

Miejscowość:, Dokumentacja audytu:

1.6. Nazwa: Typ:

Miejscowość:, Dokumentacja audytu:

2. Inne obiekty potencjalnie atrakcyjne dla turystyki kulturowej na terenie gminy, (pretendujące lub zalecane do oznaczenia predykatem „obiekt w przestrzeni szlaku”)

Ilość: 0- ☐, 1- ☐, 3- ☐, 4- ☐, 5 i więcej - ☐

2.1. Nazwa:, typ:, miejscowość:

2.2. Nazwa:, typ:, miejscowość:

2.3. Nazwa:, typ:, miejscowość:

2.4. Nazwa:, typ:, miejscowość:

2.5. Nazwa:, typ:, miejscowość:

3. Inne obiekty potencjalnie atrakcyjne dla turystów:

Ilość: 0- ☐, 1- ☐, 3- ☐, 4- ☐, 5 i więcej - ☐

3.1. Nazwa:, typ:, miejscowość:

3.2. Nazwa:, typ:, miejscowość:

3.3. Nazwa:, typ:, miejscowość:

3.4. Nazwa:, typ:, miejscowość:

3.5. Nazwa:, typ:, miejscowość:

4. Dostępność komunikacyjna gminy:

4.1. Dojazd drogowy:

a) typ drogi (ranga):, numer drogi:, relacja:

b) typ drogi (ranga):, numer drogi:, relacja:

c) typ drogi (ranga):, numer drogi:, relacja:

d) typ drogi (ranga):, numer drogi:, relacja:

ranga 1 - zjazd z autostrady, ranga 2 - drogi ekspresowe i krajowe, ranga 3 - drogi wojewódzkie, ranga 4 - inne publiczne

4.2. Dojazd komunikacją publiczną:

4.2.1. Dworzec kolejowy w gminie: Nazwa:,
ranga: liczba linii:

Ranga 1 - na dworcu zatrzymują się pociągi wszystkich klas, najmniej 6 połączeń dziennie w obie strony, w min. 3 kierunkach,

Ranga 2 - posiada przynajmniej 2 połączenia dziennie w obie strony i zatrzymują się na nim pociągi pociągów pospiesznych,

Ranga 3 - inny dworzec lub stacja kolejowa, na której zatrzymują się tylko pociągi osobowe,

Ranga 4 - przystanek kolejowy (zatrzymują się niektóre pociągi osobowe, pociągi zatrzymują się tylko sezonowo, także czynne stacje kolei wąskotorowych z regularnymi połączeniami do kolei normalnotorowych).

Dostęp z dworca kolejowego do obiektów szlaku (opis):

4.2.2 Główny dworzec/ przystanek autobusowy: miejscowość,

..... ranga:

Ranga 1 - Czynny dworzec autobusowy, **Ranga 2** - czynny przystanek PKS (autobusy międzymiastowe). **Ranga 3** - czynny przystanek tylko w sezonie lub autobusy kursują tylko w określone dni.

Dostęp do obiektów szlaku (opis):

4.2.3. Najbliższy port lotniczy:

Nazwa: Ranga, odległość w km:

Ranga 1 - port lotniczy w licznych połączeniach międzynarodowych. **Ranga 2** - krajowy port lotniczy. **Ranga 3** - inne lotnisko wykorzystywane dla lotów pasażerskich

5. Oznaczenie obiektów szlaku w gminie:

5.1. Oznaczenie przy obiektach: ☐ pełne, ☐ częściowe, ☐ brak, opis (formy, braki)

5.2. Oznaczenie dojazdu do obiektów przy drogach: ☐ pełne, ☐ częściowe, ☐ brak, opis: (formy, braki)

6. Obsługa turystyki:

6.1. Lokalny ośrodek lub punkt informacji turystycznej: ☐ tak*, ☐ nie,

*Nazwa, adres:

*Czas otwarcia:

* Zakres usług:

*Obsługa w językach:

6.2. Lokalni przewodnicy turystyczni: ☐ tak, ☐ nie [języki:]

6.3. Lokalne trasy turystyczne poza szlakiem: ☐ tak, ☐ nie [ilość:], opis: status, forma:

6.4. Inne szlaki turystyczne przebiegające przez Gminę: ☐ tak, ☐ nie [ilość:], [nazwy:]

6.5. Pakiety turystyczne w gminie: ☐ tak, ☐ nie

a) związane ze szlakiem: [ilość:], nazwy:

b) pozostałe: [ilość:], nazwy

6.6. Inne elementy oferty turystycznej: Ilość: 0- ☐, 1- ☐, 3 i więcej - ☐,
[opis, jeśli są]

1.

2.

6.7. Regularne eventy turystyczne w gminie: ☐ tak, ☐ nie [opis, jeśli są]

1. związane z profilem szlaku [ilość:], nazwy:

2. pozostałe [ilość:], nazwy:

6.8. Inne aktywności proturystyczne gminy: ☐ tak, ☐ nie

.....

.....

7. Infrastruktura turystyczna:

7.0. Dla gminy wypełniono kwestionariusz ZONiG: [ZONiG Nr ____]

7.1. Centrum/ ośrodek shoppingu ☐ tak, ☐ nie , [nazwa:]

7.2. Lokale gastronomiczne z ofertą tradycyjną ☐ tak, ☐ nie [liczba w sumie:
.....]

Nazwy i adresy podane w kwestionariuszu ZONiG wypełnionym dla gminy, por. 7.0.

7.3. Lokale gastronomiczne z oferta regionalną ☐ tak, ☐ nie [liczba w sumie:...]

Nazwy i adresy podane w kwestionariuszu ZONiG wypełnionym dla gminy, por. 7.0.

7.4. Hotele (liczba w danej kategorii):

hotele 5* [.....], hotele 4* [.....], hotele 3* [.....], hotele 2* [.....], hotele 1* [.....]

Nazwy i adresy podane w kwestionariuszu ZONiG wypełnionym dla gminy, por. 7.0.

7.5. Inne obiekty noclegowe (typ i liczba):

Hostele:[.....], Schroniska turystyczne:[.....], Pensjonaty i prywatny wynajem
pokoi w mieście:[.....], Agroturystyka:[.....], Campingi i pozostałe obiekty
noclegowe:[.....]

*Nazwy i adresy podane w kwestionariuszu ZONiG wypełnionym dla gminy, por.
7.0.*

7.6. Główne miejsca kultury i rozrywki na terenie gminy: (nazwy, typy):

.....

.....

8. Załączniki:

8.1. Wywiad: osoba:, adres dokumentu:

8.2. Inne badania: jakie: adres dokumentacji:

[Sporządził:, Data:]

GMINA W PRZESTRZENI SZLAKU
ZESTAWIENIE OBIEKTÓW NOCLEGOWYCH I GASTRONOMICZNYCH

I. Obiekty noclegowe w gminie:

Uwzględniono do dwóch obiektów w każdej kategorii, najpierw w miejscowości z obiektami Szlaku P.

1. Hotele:

- Kategoria 5***** ilość 0- ☐, 1- ☐, 2 i więcej - ☐
1. Nazwa:, adres:
2. Nazwa:, adres:
- Kategoria 4**** ilość 0- ☐, 1- ☐, 2 i więcej - ☐
1. Nazwa:, adres:
2. Nazwa:, adres:
- Kategoria 3*** ilość 0- ☐, 1- ☐, 2 i więcej - ☐
1. Nazwa:, adres:
2. Nazwa:, adres:
- Kategoria 2** ilość 0- ☐, 1- ☐, 2 i więcej - ☐
1. Nazwa:, adres:
2. Nazwa:, adres:
- Kategoria 1* ilość 0- ☐, 1- ☐, 2 i więcej - ☐
1. Nazwa:, adres:
2. Nazwa:, adres:

2. Inne obiekty noclegowe:

- Hostele:** ilość 0- ☐, 1- ☐, 2 i więcej - ☐
1. Nazwa:, adres:
2. Nazwa:, adres:

- Schroniska turystyczne:** ilość 0- ☐, 1- ☐, 2 i więcej - ☐
1. Nazwa:, adres:
2. Nazwa:, adres:

Pensjonaty i prywatny wynajem pokoi w mieście:

1. Nazwa:, adres:
2. Nazwa:, adres:

- Agroturystyka:** ilość 0- ☐, 1- ☐, 2 i więcej - ☐
1. Nazwa:, adres:
2. Nazwa:, adres:

Camping i pozostałe obiekty noclegowe: ilość 0- ☐, 1- ☐, 2 i więcej - ☐

1. Nazwa:, adres:
2. Nazwa:, adres:

II. Obiekty gastronomiczne w gminie:

Uwzględniono do dwóch lokali każdego typu, najpierw w obiektach i w miejscowości z obiektami szlaku.

- Restauracje z ofertą **kuchni tradycyjnej:** ilość 0- ☐, 1- ☐, 2 i więcej - ☐
1. Nazwa:, adres:
2. Nazwa:, adres:

- Restauracje z ofertą **kuchni regionalnej:** ilość 0- ☐, 1- ☐, 2 i więcej - ☐
1. Nazwa:, adres:
2. Nazwa:, adres:

- Kawiarnie i cukiernie: ilość 0- ☐, 1- ☐, 2 i więcej - ☐
1. Nazwa:, adres:
2. Nazwa:, adres:

- Tanie miejsca gastronomii: ilość 0- ☐, 1- ☐, 2 i więcej - ☐
1. Nazwa:, adres:
2. Nazwa:, adres:

[Sporządził: Data:]

Załącznik nr 4

AUDYT SZLAKU PIASTOWSKIEGO - TRASY I OZNACZENIA
[Dokument SPATO]

Trasa 1

Odcinek	Droga i relacja	Liczba km	Oznaczenia szlaku	Uwagi (stan, przejezdność autokarów)
Poznań – Lubiń 63,6 km	Droga miejska: Poznań Rondo Śródka-Rondo Rataje	1,6	Brak	pełna
	Nr S 11: Poznań-Kórnik	18,0	Brak	pełna
	Nr 434 Kórnik-Śrem	22,0	Brak	pełna
	Nr 432: Śrem- Jerka	17,2	Brak	pełna
	Nr 308: Jerka - Lubiń -	4,8	oznaczenia do objektu przy drodże	pełna
Poznań – Pobiedziska 22,6 km	Droga miejska: Poznań Rondo Śródka-Hłonda (nr 5)	2,1	Brak	pełna
	Nr 92: Bałtycka- Gnieźnieńska	3,4	Brak	pełna
	(alternatywa: Poznań Rondo Śródka- Gnieźnieńska)	4,8	Brak	Ograniczenie do 3,7 m wysoko- ści lub objazd ul. Bałtycką
	Nr 5: Poznań- Pobiedziska	17,3	Pełne oznacze- nie szlaku	pełna
Pobiedziska– Ostrów Lednicki (Mały Skansen) 12,3km	Droga Krajowa 5 Pobiedziska Skansen M. Lednogóra	9,8	Pełne przy drodże i do objektu	pełna
	droga lokalna Lednogóra – Dziekano- wice – Mały Skansen	2,5	Pełne przy drodże i do objektu	pełna
Ostrów Lednicki (Mały Skansen) - Gniezno Muzeum PPP 16,4 km	droga lokalna – Mały Skansen - Dzie- kanowice - Lednogóra	2,5	Pełne przy drodże i do objektu	pełna
	Droga Krajowa 5- Gniezno, Kostrzewskie- go	13,9	Pełne przy drodże i do objektu	pełna
Gniezno, Muzeum PPP-Katedra	Gniezno, Kostrzewskie- go-Nr5-Łaskiego (Par- king)	0,7	Brak	pełna
Gniezno, Katedra- Trzemeszno - pl. Końskie 17,3 km	Łaskiego (Parking) - Nr5 – rozjazd nr5/nr15	3,1	Brak	pełna
	Nr15-Trzemeszno, nr 15/ Kardynała Wyszyń- skiego	11,9	Brak	pełna
	Kardynała Wyszyńskie- go – Mickiewicza – Pl. Końskie- Kosmowskiego	2,3	Brak	pełna

Odcinek	Droga i relacja	Liczba km	Oznaczenia szlaku	Uwagi (stan, przejezdność autokarów)
Trzemeszno – Mogilno 16,1 km	Trzemeszno – miejska Kościuszki-Al. Odz. Niepodległości	0,6	Brak	pełna
	Nr 15: Trzemeszno-Wylatowo	11,3	Sporadyczne oznaczenie szlaku	pełna
	Nr 254: Wylatowo-Mogilno	4,2	Brak	pełna
Mogilno – Strzelno 16,4 km	Lokalna droga: Mogilno-Olsza	3,9	Brak	pełna
	Lokalna droga: Olsza-Goryszewo	3,0	Brak	ograniczenie do 15 t lub przez Wylatowo
	Nr 15: Goryszewo-Strzelno	9,3	Sporadyczne oznaczenie szlaku	pełna
	Droga miejska: Strzelno plac Daszyńskiego-plac św. Wojciecha	0,2	Oznaczenia do obiektu przy drodze	pełna
Strzelno – Inowrocław 20,5 km	nr S 15/25: Strzelno - Inowrocław	20,5	sporadyczne oznaczenie szlaku	pełna
Sztrzelno – Kruszwica 15,5 km	nr S 15/ S 25: Trasa przez Strzelno	1,5	sporadyczne oznaczenie szlaku	pełna
	nr S 62: Strzelno - Kruszwica	14,0	brak	zakaz wjazdu pojazdów o naciśku na osi pow. 8 ton, droga w złym stanie: ciasno – większe pojazdy mają problem z mijaniem się
Kruszwica – Inowrocław 17 km	nr S 62: Trasa przez Kruszwice	2,5	oznaczenia do obiektu przy drodze	pełna
	nr 412: Kruszwica - Tupadły	7,5	sporadyczne oznaczenie szlaku	pełna
	nr S 15/25: Trasa przez Inowrocław	7	oznaczenia do obiektu przy drodze	pełna
Kruszwica – Płowce 23,5 km	nr S 62: Kruszwica Płowce	23,5	brak	pełna
Płowce – Brześć Kujawski 20 km	nr S 62: Płowce – Brześć Kujawski	19,5	oznaczenia do obiektu przy drodze	pełna
	nr 265/270: Trasa przez Brześć Kujawski	0,4	brak	pełna
	droga miejska: Brześć Kujawski	0,1	oznaczenia do obiektu przy drodze	zakaz wjazdu dla samochodów powyżej 3,5 tony. Nie dotyczy zaopatrzenia i autobusów szkolnych.

Odcinek	Droga i relacja	Liczba km	Oznaczenia szlaku	Uwagi (stan, przejezdność autokarów)
Brześć Kujawski – Włocławek 16,3 km	droga miejska: Brześć Kujawski	0,3	oznaczenia do obiektu przy drodze	zakaz wjazdu dla samochodów powyżej 3,5 tony. Nie dotyczy zaopatrzenia i autobusów szkolnych.
	nr S 62: Brześć Kujawski – Włocławek	13	oznaczenia do obiektu przy drodze	pełna
	nr S1: Trasa przez Włocławek	2	brak	pełna
	droga miejska: Włocławek	1	oznaczenia do obiektu przy drodze	pełna

Trasa 2

Odcinek	Droga i relacja	Liczba km	Oznaczenia szlaku	Uwagi (stan, przejezdność autokarów)
Wągrowiec – Łekno 10,05 km	Droga Miejska nr 241/190 – nr 241	4,8	Brak	Pełna
	Nr 241 – nr 251	4,9	Brak	Pełna
	nr 251 – skręt na Łekno	0,35	Brak	niemożliwy przejazd autokarów pod obiekt
ŻNIN- ŁEKNO 30,0 km	Droga Miejska ul. Henryka Sienkiewicz: Parking – Trasa nr 5.	0,1	Brak	Pełna
	Droga Miejska ul. Szpitalna (trasa nr 5): ul. Henryka Sienkiewicza – ul. Aliantów.	0,2	Brak	Pełna
	Nr 251 Żnin-Łekno	29,6	Jedna tablica szlaku przed granicą województw.	Pełna
BISKUPIN - ŻNIN 9,5 km	Nr 2335 Biskupin - Bożejewice	5,3	Oznaczenie przebiegu szlaku i do obiektów przy drodze.	Pełna (niebezpieczne punkty na trasie – wolny przejazd).
	Nr 5 Bożejewice – Żnin	4,1	Oznaczenie do Biskupina, brak oznaczenia do Muzeum w Żninie.	Pełna
	Miejska ul. Henryka Sienkiewicz: Trasa nr 5 – Parking	0,1	brak	pełna
GNIEZNO-BISKUPIN 35 km	Miejska: Parking przy ul. Kanclerza J. Łaskiego – Trasa Zjazdu Gnieźnieńskiego.	0,1	brak	pełna
	Nr 5 Gniezno-Rogowo	24,5	Oznaczenie szlaku i obiektu przy drodze (tylko teren woj. Kujawsko-Pom.)	pełna
	Nr 2345 Rogowo-Gąsawa	7,9	Oznaczenie obiektu przy drodze + atrakcji turystycznych	pełna remont drogi (stan na 03.04.2012).
	Nr 2335 Gąsawa-Biskupin	2,5	Oznaczenie do obiektu przy drodze,	pełna

Odcinek	Droga i relacja	Liczba km	Oznaczenia szlaku	Uwagi (stan, przejezdność autokarów)
Gniezno – Grzybowo 23,8 km	Droga nr 15 – do Gulczewa	18,2	Brak	pełna
	Gulczewo – Grzybowo droga lokalna do Grzybowa	5,6	jedno stare oznaczenie szlaku w Grzybowie	
Grzybowo-Giecz 26,3 km Giecz – Grodziszczko 1,7km	Nr 2162 Grzybowo-Września	5	Brak	pełna
	Września – Drogi Miejskie: Witkowska (1,9), Szkolna (0,75), I. Daszyńskiego (0,45), J. Paderewskiego (2,3) do Drogi nr 92	5,4	Brak	pełna
	Nr 92 Września – Nekla	8,6	Brak	pełna
	Nr 32501 Nekla - Giecz	7,3	Brak	pełna
	Miedzy obiektami można przejść pieszo (ok. 300 m) lub przejechać samochodem (ok. 1,7 km). Po przejechaniu Gieczu, przed wjazdem na wiadukt nad A2: oznakowany skręt w prawo.			pełna
Giecz - Łąd 51,1 km	Nr 32501 Giecz – Nekla	7,3	Brak	Pełna
	Nr 92 Nekla – Września (zjazd A2)	11,2	Brak	Pełna
	Nr A2 Września – Kąty (Odcinek bez opłat)	22,1	Brak	Pełna
	Nr 466 Kąty - Ciążen	4,9	Oznaczenie do obiektu przy drodze	Pełna
	Nr 467 Ciążen – Łąd	5,6	Oznaczenie do obiektu przy drodze	Pełna
Łąd - Konin 28,8 km	Nr 467 Łąd – Golina	16	Brak	Pełna
	Nr 92 Golina – Konin	12,5	Oznaczenie o obecności obiektu w mieście.	Pełna
	Droga Miejska – Ul. Grunwaldzka - Parking	0,35	Brak	Pełna
Konin – Rychwał – Stawiszyn – Kalisz 54,5 km	Nr 25 Konin – Kalisz Stawiszynska/Godebskiego	51,7	Brak	Pełna
	Nr 12 Kalisz Stawiszynska/Godebskiego – Kalisz, Stawiszynska/Sikorskiego	1,5	Brak	Pełna
	Droga Miejska – Stawiszynska-Pl. Kilińskiego, - Pl. Jana Pawła II – Grodzka – Garbarska miejsca parkingowe	1,3	Brak	Pełna

AUDYT SZLAKU PIASTOWSKIEGO

NOTA ANONIMOWEGO TURYSTY

Nr [SP.NMT:_____]

Obiekt (nazwa, miejscowość):

Data badania: Badający:

1.

Jasno sformułowane zasady otwarcia i wstępu do obiektu:

☐ tak ☐ nie ☐ nie dotyczy

opis:

2. Jasne zasady opłaty za wstęp do obiektu:

☐ tak ☐ nie ☐ nie dotyczy

opis:

3. Realizacja udostępnienia obiektu indywidualnemu niezapowiedzianemu turyście:

☐ tak, zgodnie z zasadami podanymi, ☐ tak, z ograniczeniem(utrudnieniem), ☐ nie

opis:

4. Możliwość skorzystania z WC i węzła sanitarnego:

☐ otwarty oznaczony ☐ nieoznaczony wskazany

☐ otwarty na prośbę ☐ nie udostępniony

5. Personel spełnia prośbę turysty: ☐ tak ☐ z ociąganiem ☐ nie

opis:

6. Personel udziela kompetentnych informacji o obiekcie / ekspozycji:

☐ tak ☐ nie ☐ nie dotyczy

opis:

7. Personel włada językami obcymi w stopniu komunikatywnym (iloma?)

☐ żadnym ☐ jednym ☐ dwoma i więcej

opis:

8. Przewodnik po obiekcie do dyspozycji klienta indywidualnego (na prośbę a vista):

☐ tak ☐ nie

opis:

9. Dostępność informacji pisanych na temat obiektu:

☐ tak, wyłożone ☐ tak, na prośbę ☐ nie

opis:

10. Dostępność informacji pisanych na temat Szlaku:

☐ tak, wyłożone ☐ tak, na prośbę ☐ nie

opis:

11. Personel posiada kompetencję w zakresie oferty Szlaku (informacja o innych obiektach):

☐ tak, kompetentna ☐ tak, ograniczona ☐ nie

opis:

12. Personel udziela informacji na temat infrastruktury lub komunikacji na miejscu

☐ tak, kompetentna ☐ tak, niepełna ☐ nie

opis:

WYWIAD EKSPERCKI

1. Proszę podać imię, nazwisko, stanowisko (funkcję) i określić powiązania ze Szlakiem Piastowskim?
2. Jak ważny jest sektor turystyczny dla Waszej instytucji / obiektu / miejscowości / firmy?.....
3. Czy dla Waszego terenu (miejscowości, obiektu, firmy, instytucji) istnieją inne, ważniejsze aspekty (elementy) działania niż Szlak Piastowski? Jakież?
.....
4. Czy widzi Pan(i) możliwości stworzenia większych impulsów rozwojowych przez turystykę dla Pana instytucji, miejscowości, firmy? Jakież?
.....
5. Co w Pana(i) opinii Szlak Piastowski może na dziś zaoferować turystom?
.....
6. Przez jakie konkretne działania można by uzyskać zwiększenie ilości turystów na Sz. Piastowskim?
.....
7. Jakież zadania powinien wykonywać koordynator Szlaku Piastowskiego?
.....
8. Jak winny uczestniczyć władze publiczne (regionalne i lokalne) w rozwijaniu Sz. Piastowskiego?
.....
9. Jaką rolę może odegrać miejscowy biznes (w tym turystyczny) w rozwijaniu i poprawianiu oferty turystycznej w ramach Szlaku Piastowskiego?
.....
10. Jakież podmioty z zewnątrz mogłyby z korzyścią dla siebie i dla Szlaku zaangażować się we współpracę i rozwijanie Szlaku i jego oferty?
.....
11. Jak mieszkańcy Pana (Pani) miejscowości i najbliższej okolicy mogliby skorzystać z rozwinięcia oferty Szlaku Piastowskiego jako nowoczesnego produktu turystycznego?
.....
12. Czy chciał(a)by Pan(i) dodać jeszcze własne spostrzeżenia, komentarze:
.....

\ [Data:, 2012, miejsce:, Przeprowadził:.....]

AUDYT SZLAKU PIASTOWSKIEGO**Typologia obiektów szlaku i objaśnienie oznaczeń**

*Wyjaśnienie: Zastosowano trójczłonowy schemat opisu, poszczególne poziomy oddzielają kropki:

Przykład: **B.REZ.TEM** - budowla rezydencjonalna, tematycznie powiązana z profilem szlaku

Typ obiektu	Podtyp - Rodzaj	Podtyp - Profil	Objaśnienie
GRUPA B- Budowle			
B	REZ	TEM	budowla rezydencjonalna, tematycznie powiązana z profilem szlaku,
B	REZ	HIS	budowla rezydencjonalna o historycznym znaczeniu, bez powiązań z profilem szlaku,
B	REZ	ART	budowla rezydencjonalna o znacznej wartości architektonicznej, bez powiązań z profilem szlaku,
B	REZ	BIO	budowla rezydencjonalna z istotnymi odniesieniami biograficznymi, bez powiązań z profilem szlaku,
B	REZ	INN	inna budowla rezydencjonalna, bez powiązań z profilem szlaku,
B	REL	TEM	budowla sakralna tematycznie powiązana z profilem szlaku,
B	REL	HIS	budowla sakralna o historycznym znaczeniu, bez powiązań z profilem szlaku,
B	REL	ART	budowla sakralna o znacznej wartości architektonicznej lub artystycznej, bez powiązań z profilem szlaku,
B	REL	REL	budowla sakralna o dużym znaczeniu religijnym, bez powiązań z profilem szlaku,
B	REL	BIO	budowla sakralna z istotnymi odniesieniami biograficznymi, bez powiązań z profilem szlaku,
B	MIL	TEM	budowla obronna tematycznie powiązana z profilem szlaku,
B	MIL	HIS	budowla obronna o historycznym znaczeniu, bez powiązań z profilem szlaku,
B	MIL	INN	inna budowla obronna, bez powiązań z profilem szlaku,
B	INN	TEM	inna budowla o przeznaczeniu lub dziejach tematycznie powiązanych z profilem szlaku ,
B	INN	HIS	inna budowla o znaczeniu historycznym, bez powiązań z profilem szlaku,
B	INN	ART	inna budowla o znacznej wartości architektonicznej lub artystycznej, bez powiązań z profilem szlaku,
B	INN	INN	inna budowla, bez powiązań z profilem szlaku.
GRUPA M - MIEJSCA			
M	POM	TEM	miejsce z pomnikiem, tematycznie powiązane z profilem szlaku,
M	POM	BIO	miejsce z pomnikiem o odniesieniu biograficznym, bez powiązań z profilem szlaku,
M	POM	HIS	miejsce z pomnikiem o odniesieniu historycznym, bez powiązań z profilem szlaku,

M	POM	ART	miejsce z pomnikiem o dużej wartości artystycznej, bez powiązań z profilem szlaku,
M	ARC	TEM	zabezpieczony i dostępny obiekt archeologiczny, tematycznie powiązany z profilem szlaku,
M	ARC	INN	zabezpieczony i dostępny obiekt archeologiczny, bez powiązań z profilem szlaku,
M	RUI	TEM	ruina dostępna do zwiedzania, tematycznie powiązana z profilem szlaku,
M	RUI	INN	ruina dostępna do zwiedzania, bez powiązań z profilem szlaku,
M	REL	TEM	miejsce kultu religijnego, tematycznie powiązane z profilem szlaku,
M	REL	REL	miejsce kultu religijnego, bez powiązań z profilem szlaku,
M	NAT	TEM	miejsce ciekawe przyrodniczo, tematycznie powiązane z profilem szlaku,
M	NAT	ZAG	miejsce ciekawe przyrodniczo, zagospodarowane przez człowieka, bez powiązań z profilem szlaku,
M	NAT	ORY	miejsce ciekawe przyrodniczo, niezagospodarowane przez człowieka, bez powiązań z profilem szlaku.

GRUPA Z - zespoły budowli

Z	REL	TEM	zespół sakralny, tematycznie powiązany z profilem szlaku,
Z	REL	HIS	zespół sakralny o historycznym znaczeniu , bez powiązań z profilem szlaku,
Z	REL	ART	zespół sakralny o dużej wartości architektonicznej lub artystycznej, bez powiązań z profilem szlaku,
Z	REL	REL	zespół sakralny o dużym znaczeniu religijnym, bez powiązań z profilem szlaku,
Z	REZ	TEM	zespół rezydencjonalny, tematycznie powiązany z profilem szlaku,
Z	REZ	HIS	zespół rezydencjonalny o historycznym znaczeniu, bez powiązań z profilem szlaku,
Z	REZ	BIO	zespół rezydencjonalny z powiązaniami biograficznymi, bez powiązań z profilem szlaku,
Z	REZ	ART	zespół rezydencjonalny o znacznej wartości architektonicznej, bez powiązań z profilem szlaku,
Z	REZ	INN	inny zespół rezydencjonalny, bez powiązań z profilem szlaku,
Z	INN	TEM	inny zespół budowli, tematycznie powiązany z profilem szlaku,
Z	MIL	TEM	zespół obronny, tematycznie powiązany z profilem szlaku
Z	MIL	HIS	zespół obronny o historycznym znaczeniu , bez powiązań z profilem szlaku,
Z	MIL	INN	inny zespół obronny, bez powiązań z profilem szlaku,
Z	INN	HIS	inny zespół budowli o historycznym, bez powiązań z profilem szlaku,
Z	INN	BIO	Inny zespół budowli z powiązaniami biograficznymi, bez powiązań z profilem szlaku,
Z	INN	ART	inny zespół budowli o znacznej wartości architektonicznej, bez powiązań z profilem szlaku,
Z	INN	INN	inny zespół budowli, bez powiązań z profilem szlaku.

GRUPA W - wystawy i muzea

W	MUZ	TEM	muzeum, tematycznie w pełni powiązane z profilem szlaku,
W	MUZ	HIS	muzeum historyczne, z częściowym powiązaniem lub bez powiązań z profilem szlaku,
W	MUZ	ART	muzeum sztuki, bez powiązań z profilem szlaku,
W	MUZ	BIO	muzeum biograficzne, bez powiązań z profilem szlaku,
W	MUZ	LOK	muzeum o odniesieniu lokalnym, bez powiązań z profilem szlaku,
W	MUZ	INN	inne muzeum, bez powiązań z profilem szlaku,
W	EXP	TEM	wystawa stała, tematycznie powiązana z profilem szlaku,
W	EXP	HIS	stała wystawa historyczna, bez powiązań z profilem szlaku,
W	EXP	ARC	stała wystawa archeologiczna, bez powiązań z profilem szlaku,
W	EXP	ART	stała wystawa sztuki, bez powiązań z profilem szlaku,
W	EXP	BIO	stała wystawa biograficzna, bez powiązań z profilem szlaku,
W	EXP	LOK	stała wystawa o odniesieniu lokalnym, bez powiązań z profilem szlaku,
W	EXP	INN	inna stała wystawa, bez powiązań z profilem szlaku.

Grupa T - trasy turystyczne

T	MAT	TEM	materiałna tematyczna trasa turystyczna, powiązana z profilem szlaku,
T	REA	TEM	realna tematyczna trasa turystyczna, powiązana z profilem szlaku,
T	WIR	TEM	wirtualna tematyczna trasa turystyczna, powiązana z profilem szlaku,
T	MAT	HIS	materiałna historyczna trasa turystyczna, bez powiązań z profilem szlaku,
T	REA	HIS	realna historyczna trasa turystyczna, bez powiązań z profilem szlaku,
T	WIR	HIS	wirtualna historyczna trasa tematyczna, bez powiązań z profilem szlaku,
T	MAT	MUL	materiałna multitematyczna trasa turystyczna, bez powiązań z profilem szlaku,
T	REA	MUL	realna multitematyczna trasa turystyczna, bez powiązań z profilem szlaku,
T	WIR	MUL	wirtualna multitematyczna trasa tematyczna, bez powiązań z profilem szlaku,
T	MAT	INN	materiałna monotematyczna trasa turystyczna, bez powiązań z profilem szlaku,
T	REA	INN	realna monotematyczna trasa turystyczna, bez powiązań z profilem szlaku,
T	WIR	INN	wirtualna monotematyczna trasa turystyczna, bez powiązań z profilem szlaku.

Grupa E - Eventy

E	REG	TEM	regularnie organizowany event, powiązany tematycznie z profilem szlaku,

E	REG	HIS	regularnie organizowany event o tematyce historycznej, bez powiązań z profilem szlaku,
E	REG	ART	regularnie organizowany event artystyczny, bez powiązań z profilem szlaku,
E	REG	LOK	regularnie organizowany event o odniesieniu lokalnym, bez powiązań z profilem szlaku,
E	REG	INN	inny regularnie organizowany event, bez powiązań z profilem szlaku,
E	INN	INN	inny typ eventu, z powiązaniem lub bez powiązań z profilem szlaku.

Grupa A - Atrakcje wykreowane dla turystyki

A	TUR	TEM	atrakcja wykreowana dla potrzeb turystyki, tematycznie powiązana z profilem szlaku,
A	TUR	INN	atrakcja wykreowana dla potrzeb turystyki, bez powiązań z profilem szlaku,
A	KUL	TEM	stała atrakcja wykreowana dla lokalnych potrzeb kulturalnych, tematycznie powiązana z profilem szlaku,
A	KUL	INN	stała atrakcja wykreowana dla lokalnych potrzeb kulturalnych, bez powiązań z profilem szlaku.

Grupa I - inne typy obiektów

I	INN	TEM	inny typ obiektu, tematycznie powiązany z profilem szlaku,
I	INN	INN	inny typ obiektu, bez powiązań z profilem szlaku.

Projekt Badawczy: Turystyka Kulturowa na Szlaku Piastowskim

Kwestionariusz SP-LONG

AMR SP 2012

Nr SPTL-.....

Szanowni Państwo!

Niniejsza ankieta wiąże się z prowadzonymi przez zespół dr Armina Mikos von Rohrscheidt badaniami jako element audytu Szlaku Piastowskiego zleconego przez Marszałka Województwa Kujawsko-Pomorskiego oraz w ramach światowych badań nad turystyką kulturową. Celem ankiety jest ustalenie kto, dlaczego i jak często odwiedza obiekty Szlaku Piastowskiego oraz jakie są jego wrażenia z pobytu. Ankieta jest całkowicie anonimowa. Bardzo proszę o jej rzetelne wypełnienie i dziękuję jednocześnie za wzięcie udziału w badaniach. **Proszę o udzielenie odpowiedzi, zamalowując odpowiednie pole przy dokonanych wyborze według wzoru:**

■ ☒ poprawnie ☒ źle (bądź wypełniając wykreskowane miejsca).

MODUŁ A - SELEKCJA

A1) Gdzie znajduje się Pana/Pani aktualne miejsce zamieszkania?

- ☐ To miejsce lub najbliższa okolica (w tym powiecie)
☐ Inne miejsce w tym województwie ☐ Inne miejsce w Polsce ☐ Zagranica, jaki kraj?

A2) Czy był/-a Pan/Pani wcześniej w tym miejscu?

- ☐ Tak, ile razy? _____ ☐ Nie

A3) Czy podczas tej podróży zwiedził/-a już Pan/Pani lub zwiedzi inne obiekty Szlaku Piastowskiego?

- ☐ Tak, wszystkie lub prawie wszystkie ☐ Tak, kilka z nich ☐ Nie, ale przewiduję jeszcze zwiedzić
☐ Nie wiem jeszcze ☐ Nie zamierzam ☐ Nie słyszałem/-am o Szlaku

MODUŁ B - MOTYWACJE

B1) Jak określiłby/-aby Pan/Pani trafność poniższych stwierdzeń? (Proszę zaznaczyć wartość od 1 do 5)

Odwiedzam to miejsce aby nauczyć się czegoś nowego

(fałsz) 1 2 3 4 5 (prawda)
☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Odwiedzam to miejsce w celach rozrywkowych

(fałsz) 1 2 3 4 5 (prawda)
☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Pragnę dowiedzieć się więcej na temat kultury lub historii Polski/Wielkopolski

(fałsz) 1 2 3 4 5 (prawda)
☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Pragnę poczuć atmosferę tego miejsca

(fałsz) 1 2 3 4 5 (prawda)
☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Nastawiam się głównie na zobaczenie tego miejsca

(fałsz) 1 2 3 4 5 (prawda)
☐ ☐ ☐ ☐ ☐

B2) Jaki jest główny cel Pani/Pana przyjazdu do tego miejsca? (zaznaczają tylko turyści)
(proszę wybrać maksymalnie dwie odpowiedzi)

☐ Wakacje / urlop spędzany tutaj	☐ Zwiedzanie poszczególnych konkretnych atrakcji kulturowych
(proszę przejść do pytania B3)	☐ Zwiedzanie Szlaku Piastowskiego jako grupy miejsc/obiektów
	☐ Uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych
	☐ Wizyta u krewnych lub przyjaciół
	☐ Biznes lub konferencja
	☐ Wydarzenia sportowe
	☐ Zakupy
	☐ Inny, jaki?

B3) Jeśli jest Pan/Pani na WAKACJACH/ URLOPIE, jaki to rodzaj wakacji? (zaznaczają tylko turyści)

☐ Formą urlopu/wakacji jest zwiedzanie Szlaku Piastowskiego	☐ Wypoczynkowe	☐ Wiejskie
☐ Inna wycieczka objazdowa	☐ Zdrowotne (w tym wellness)	☐ Aktywne- usportowione
☐ Kulturowe wakacje innego rodzaju	☐ Edukacyjne	☐ Inne, jakie?
☐ Na łonie natury / ekoturystyczne	☐ Wycieczka do miejscowości	_____

MODUŁ C: PREFERENCJE TURYSTYCZNE

C1) Proszę zaznaczyć 5 szlaków, które w Pana/Pani opinii są najlepsze do odbycia wakacji kulturowych

☐ Szlak Dziedzictwa Andaluzji (Hiszpania)	☐ Szlak Zabytków Techniki na Śląsku	☐ Szlak Sera (Austria)	☐ Złoty Szlak (Bawaria/Czechy)	☐ Szlak Tatarski (Podlasie)
☐ Szlak Bajek (Niemcy)	☐ Szlak Architektury Drewnianej (Małopolska)	☐ Szlaki Dziedzictwa Żydowskiego (Europa)	☐ Szlak Cysterski (w Polsce)	☐ Szlak Kopernika (Warmia, Kujawy)
☐ Szlak Napoleona (Francja południowa)	☐ Szlak Naftowy (Polska/Ukraina)	☐ Szlak Dziedzictwa Przemysłowego (Anglia, Midlands)	☐ Szlak Parków i Ogrodów (Europa)	☐ Szlak Zamków Krzyżackich (Pomorze, Mazury)
☐ Szlak Gotyku Ceglanego (Europa Północna)	☐ Szlak Orlich Gniazd (Małopolska, Śląsk)	☐ Szlak Wikingów i Normanów (Europa Północna)	☐ Droga Świętego Jakuba (Europa)	☐ Pomorski Szlak Bursztynowy (Pomorze)
☐ Szlak Wina (Alzacja, Francja)	☐ Szlak Chasydzki (Polska)	☐ Lubuski Szlak Wina I Miodu	☐ Małopolski Szlak Papieski	☐ Szlak Romański Saksonii Anhalckiej
☐ Świętokrzyski Szlak Literacki	☐ Pirenejski Szlak Żelaza (Hiszpania)	☐ Szlak Latarni Morskich (Pomorze)	☐ Romantische Strasse (Niemcy)	☐ Inny, który? _____

C2) Proszę wskazać 5 regionów/obszarów, w Pana/Pani opinii najlepszych do odbycia wakacji kulturowych.

☐ Andaluza	☐ Mazury	☐ Tyrol (Austria)	☐ Morawy	☐ Podlasie
☐ Obszar Renu Środkowego	☐ Małopolska	☐ Normandia	☐ Krym	☐ Kujawy
☐ Prowansja	☐ Podkarpacie	☐ Devonshir	☐ Bornholm	☐ Pomorze Gdańskie
☐ Brabant	☐ Dolny Śląsk	☐ Toskania	☐ Katalonia	☐ Świętokrzyskie
☐ Burgundia	☐ Lubelszczyzna	☐ Szkocja	☐ Mazowsze	☐ Saksonia
☐ Kresy (Ukraina)	☐ Bawaria	☐ Wielkopolska	☐ Wileńszczyzna	☐ Inny, który? _____

C3) Proszę wskazać 5 typów obiektów/wydarzeń, wartych zwiedzenia lub uczestnictwa, do których najprędzej podjąłby Pan(i) podróż w ramach urlopu/wakacji lub wolnego weekendu.

☐ zabytkowe pałace	☐ historyczne pomniki	☐ stare fabryki	☐ restauracje z tradycyjnym menu	☐ sanktuaria i historyczne kościoły
☐ miejsca bitew	☐ zamki średniowieczne	☐ wielkie miasta	☐ historyczne małe miasta	☐ regiony z ciekawym folklorem
☐ festiwale filmu i kina	☐ miejsca tradycyjnego rzemiosła	☐ skanseny wsi	☐ udział w warsztatach artystycznych	☐ festiwale muzyki popularnej
☐ festiwale teatralne	☐ wydarzenia (zjazdy) religijne	☐ zjazdy kolekcjonerów	☐ muzea i wystawy sztuki	☐ muzea i wystawy historyczne
☐ miejsca wydarzeń historycznych	☐ kursy języków obcych	☐ parki i ogrody	☐ skanseny przemysłu	☐ muzea techniki
☐ miejsca martyrologii wojennej	☐ miejsca nawiedzane przez duchy	☐ wielkie miejskie galerie handlowe	☐ tematyczne trasy turystyczne w miastach	☐ Inne, jakie? _____

MODUŁ D: POBYT I AKTYWNOŚĆ

D1) Jak długi wyjazd Pan/Pani realizuje/planuje tym razem? Proszę zaznaczyć liczbę nocy.

0	1	2	3	4-7	8-14	powyżej 14
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

D2) Jeśli wyjazd trwa ponad dzień, to czy chociaż jeden nocleg wypadł na obszarze Szlaku Piastowskiego?

- ☐ Tak, ile razy? _____ ☐ Nie

D3) Jeśli odpowiedź w C2 brzmi „tak” to jaki rodzaj noclegu wybrał/-a Pan/Pani podczas tej wycieczki?

☐ Apartament	☐ Przyczepa campingowa / namiot / camper
☐ Własne mieszkanie / dom wakacyjny	☐ U rodziny lub przyjaciół
☐ Hotel	☐ Hostel / schronisko turystyczne
☐ Motel	☐ Inny, jaki? _____
☐ Pensjonat / pokój w prywatnym domu	☐ Jeszcze nie wiem

D4) Czy podczas ostatnich (12 miesięcy) zwiedzał/a Pan(i) lub podczas tego roku ma zamiar zwiedzić poniższe obiekty oraz brał/-a udział w poniższych wydarzeniach kulturalnych? Proszę zaznaczyć te, przy których odpowiedź brzmi „tak”.

☐ Muzea	☐ Kino
☐ Zabytki	☐ Koncerty muzyki pop
☐ Galerie sztuki	☐ Międzynarodowe imprezy muzyczne
☐ Miejsca kultu religijnego	☐ Koncerty muzyki klasycznej
☐ Miejsca historyczne	☐ Imprezy taneczne
☐ Teatry	☐ Festiwale lokalne
☐ Centra dziedzictwa i/lub rzemiosła	☐ Inne, jakie? _____

D5) Proszę ocenić poziom zadowolenia z Pana/Pani pobytu w tym miejscu?

(duże niezadowolenie) (duże zadowolenie)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

D6) W jakim stopniu pobyt w tym miejscu spełnił Pana(i) oczekiwania?

(wcale, w stopniu minimalnym) (w pełni, ponad oczekiwania)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

D7) Proszę ocenić poziom gościnności/życzliwości z jakim spotkał(a) się Pan(i) w tym miejscu ze strony personelu obiektu /pracowników obsługi/ mieszkańców?

(wyraźny brak życzliwości/gościnności) (Wybitna życzliwość/ gościnność - ponad oczekiwania)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

D8) Proszę ocenić zakres i poziom obsługi Pana(i) jako turysty w tym miejscu ?

(wyraźne braki w stosunku do oczekiwań/standardów) (Bardzo wysoki poziom i szeroki zakres ofert usług, wykraczał poza oczekiwania)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

D9) Jeśli wystąpiły zauważalne braki, to jakie?

.....

.....

MODUŁ E - OCENA SZLAKU PIASTOWSKIEGO

(wypełniany tylko przez zwiedzających szlak)

E1) W jakim stopniu poniższe aspekty kojarzą się Panu/Pani ze Szlakiem Piastowskim?

Autentyczność obiektów

(niewielki) 1 2 3 4 5

☐	☐	☐	☐	☐

Historyczna architektura

(niewielki) 1 2 3 4 5

☐	☐	☐	☐	☐

Muzea i atrakcje kulturalne

(niewielki) 1 2 3 4 5

☐	☐	☐	☐	☐

Festiwale i wydarzenia kulturalne

(niewielki) 1 2 3 4 5

☐	☐	☐	☐	☐

Gościnność mieszkańców

(bardzo duży) (niewielki) 1 2 3 4 5 (bardzo duży)

☐	☐	☐	☐	☐

Przyjazna atmosfera

(bardzo duży) (niewielki) 1 2 3 4 5 (bardzo duży)

☐	☐	☐	☐	☐

Kulturalna różnorodność atrakcji

(bardzo duży) (niewielki) 1 2 3 4 5 (bardzo duży)

☐	☐	☐	☐	☐

Kulturowa wyjątkowość

(bardzo duży) (niewielki) 1 2 3 4 5 (bardzo duży)

☐	☐	☐	☐	☐

Zwyczaje i tradycje(niewielki) 1 2 3 4 5
☐ ☐ ☐ ☐ ☐**Wielokulturowość**(bardzo duży) (niewielki) 1 2 3 4 5 (bardzo duży)
☐ ☐ ☐ ☐ ☐**Kuchnia regionalna**(niewielki) 1 2 3 4 5
☐ ☐ ☐ ☐ ☐**Miejsce modne do bywania**(bardzo duży) (niewielki) 1 2 3 4 5 (bardzo duży)
☐ ☐ ☐ ☐ ☐**E2) Proszę ocenić poziom zadowolenia z Pana/Pani pobytu na całym Szlaku Piastowskim?**

(duże niezadowolenie)

(duże zadowolenie)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐**E3) W jakim stopniu pobyt na Szlaku Piastowskim spełnił/spełnia Pana(i) oczekiwania?**

(wcale, w stopniu minimalnym)

(w pełni, ponad oczekiwania)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐**E4) Proszę ocenić poziom gościnności/życzliwości z jakim spotkał(a) się Pan(i) podczas pobytu na Szlaku Piastowskim ze strony personelu obiektu /pracowników obsługi/mieszkańców?**

(wyraźny brak życzliwości/gościnności)

(Wybitna życzliwość/ gościnność - ponad oczekiwania)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐**E5) Proszę ocenić zakres i poziom obsługi Pana(i) jako turysty na Szlaku Piastowskim?**

(wyraźne braki w stosunku do oczekiwań/standardów)

(Bardzo wysoki poziom i szeroki zakres ofert usług, wykraczał poza oczekiwania)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐**E6) Jeśli wystąpiły zauważalne braki, to jakie?**

.....

MODUŁ F: WYDATKI**F1) Ile pieniędzy wydał/-a Pan/Pani lub zamierza wydać podczas tego wyjazdu (kwoty w złotychkach):**

Liczba osób: _____

Wydatki na wszystkich ŁĄCZNIE: _____

w tym dzieci poniżej 16 lat: _____

Podróż _____ Jedzenie, napoje, zakupy, rozrywka _____

Zakwaterowanie _____ Bilety wstępu _____

MODUŁ G: ŹRÓDŁA INFORMACJI**G1) W jaki sposób zorganizował/-a Pan/Pani swój przyjazd i pobyt?**

- ☐ Pakiet all-inclusive (proszę przejść do pytania E3)
- ☐ Przejazd i zakwaterowanie rezerwowane oddzielnie
- ☐ Bez wcześniejszej rezerwacji (proszę przejść do pytania E3)

G2) Jeśli dokonał/-a Pan/Pani wcześniejszej rezerwacji przejazdu i/lub zakwaterowania, to jaką formę rezerwacji Pan/Pani wybrał/-a:

- ☐ Rezerwacja w biurze podróży
☐ Rezerwacja przez strony internetowe
☐ Rezerwacja przez telefon, faks lub e-mail

G3) Z jakich źródeł informacji turystycznej korzystał/-a Pan/Pani zbierając informacje o tym miejscu przed przybyciem?

☐ Rodzina / przyjaciele	☐ TV / Radio
☐ Poprzednia wizyta	☐ Gazety / czasopisma
☐ Internet	☐ Broszury touroperatorów / katalogi biur podróży
☐ Informacja turystyczna	☐ Przewodniki
☐ Biuro podróży	☐ Inne, jakie _____

G4) Z jakich źródeł informacji turystycznej korzysta Pan/Pani na miejscu?

☐ Rodzina / przyjaciele	☐ Lokalne broszury
☐ Centrum informacji turystycznej	☐ Przewodniki
☐ Internet	☐ TV/Radio
☐ Biuro podróży	☐ Przewodnik turystyczny (osoba)
☐ Gazety / czasopisma	☐ Inne, jakie _____

MODUŁ H - METRYCZKA

H1) Płeć:

- ☐ Mężczyzna ☐ Kobieta

H2) Przedział wiekowy:

- ☐ 15 i mniej ☐ 16-19 ☐ 20-29 ☐ 30-39 ☐ 40-49 ☐ 50-59 ☐ 60 i więcej

H3) Wykształcenie:

- ☐ Podstawowe ☐ Zawodowe ☐ Średnie ☐ Niepełne wyższe ☐ Wyższe

H4) Jaka jest Pana/Pani aktualna sytuacja zawodowa:

☐ Pracownik firmy lub instytucji	☐ Gospodyni domowa (proszę przejść do pytania H7)
☐ Własna firma	☐ Student (proszę przejść do pytania H7)
☐ Emeryt lub rencista (proszę przejść do pytania H7)	☐ Bezrobotny (proszę przejść do pytania H7)

H5) Jaka jest Pana/Pani aktualna przynależność do wybranej grupy zawodowej:

☐ Dyrektor lub menadżer	☐ Pracownik biurowy / administracyjny
☐ Specjalista (lekarz, prawnik, nauczyciel, itp.)	☐ Pracownik sektora usług / sprzedaży
☐ Pracownik techniczny (technik, pielęgniarka itp.)	☐ Rzemieślnik / pracownik fizyczny / pracownik produkcji

H6) Czy Pana/Pani obecne lub było zatrudnienie jest związane z kulturą?

- ☐ Tak ☐ Nie

H7) Roczny dochód brutto Pana/Pani gospodarstwa domowego to:

☐ 20 tys. zł lub mniej	☐ 40 - 80 tys. zł	☐ 240 - 320 tys. zł
☐ 20 - 40 tys. zł	☐ 80 - 240 tys. zł	☐ powyżej 320 tys. zł

Projekt Badawczy: Turystyka Kulturowa na Szlaku Piastowskim

Kwestionariusz SP-MEDIUM (obiektyowy) [AMR SP 2012] **NR SPTM-.....**

Szanowni Państwo!

Niniejsza ankieta wiąże się z prowadzonymi przez zespół dr Armina Mikos von Rohrscheidt badaniami jako element audytu Szlaku Piastowskiego zleconego przez Marszałka Województwa Kujawsko-Pomorskiego oraz w ramach światowych badań nad turystyką kulturową. Celem ankiety jest ustalenie kto, dlaczego i jak często odwiedza obiekty Szlaku Piastowskiego oraz jakie są jego wrażenia z pobytu. Ankieta jest całkowicie anonimowa. Bardzo proszę o jej rzetelne wypełnienie i dziękuję jednocześnie za wzięcie udziału w badaniach. **Proszę o udzielenie odpowiedzi, zamalowując odpowiednie pole przy dokonanym wyborze według wzoru:**

■ ☒ poprawnie ☒ źle (bądź wypełniając wykreskowane miejsca).

MODUŁ A - SELEKCJA

A1) Gdzie znajduje się Pana/Pani aktualne miejsce zamieszkania?

- ☐ To miejsce lub najbliższa okolica (w tym powiecie) ☐ Inne miejsce w tym województwie ☐ Inne miejsce w Polsce ☐ Zagranica, jaki kraj?
- _____

A2) Czy był/-a Pan/Pani wcześniej w tym miejscu?

- ☐ Tak, ile razy? _____ ☐ Nie

A3) Czy podczas tej podróży zwiedził/-a już Pan/Pani lub zwiedzi inne obiekty Szlaku Piastowskiego?

- ☐ Tak, wszystkie lub prawie wszystkie ☐ Tak, kilka z nich ☐ Nie, ale przewiduję jeszcze zwiedzić
- ☐ Nie wiem jeszcze ☐ Nie zamierzam ☐ Nie słyszałem/-am o Szlaku

MODUŁ B - MOTYWACJE

B1) Jak określiłby/-łaby Pan/Pani trafność poniższych stwierdzeń? (Proszę zaznaczyć wartość od 1 do 5)

Odwiedzam to miejsce aby nauczyć się czegoś nowego

(fałsz) 1 2 3 4 5 (prawda)
☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Odwiedzam to miejsce w celach rozrywkowych

(fałsz) 1 2 3 4 5 (prawda)
☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Pragnę dowiedzieć się więcej na temat kultury lub historii Polski/Wielkopolski

(fałsz) 1 2 3 4 5 (prawda)
☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Pragnę poczuć atmosferę tego miejsca

(fałsz) 1 2 3 4 5 (prawda)
☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Nastawiam się głównie na zobaczenie tego miejsca

(fałsz) 1 2 3 4 5 (prawda)
☐ ☐ ☐ ☐ ☐

B2) Jaki jest główny cel Pani/Pana przyjazdu do tego miejsca? (zaznaczają tylko turyści)
(proszę wybrać maksymalnie dwie odpowiedzi)

☐ Wakacje / urlop spędzany tutaj (proszę przejść do pytania B3)	☐ Zwiedzanie poszczególnych konkretnych atrakcji kulturowych
	☐ Zwiedzanie Szlaku Piastowskiego jako grupy miejsc/obiektów
	☐ Uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych
	☐ Wizyta u krewnych lub przyjaciół
	☐ Biznes lub konferencja
	☐ Wydarzenia sportowe
	☐ Zakupy
	☐ Inny, jaki?

B3) Jeśli jest Pan/Pani na WAKACJACH/ URLOPIE, jaki to rodzaj wakacji? (zaznaczają tylko turyści)

☐ Formą urlopu/wakacji jest zwiedzanie Szlaku Piastowskiego	☐ Wypoczynkowe	☐ Wiejskie
☐ Inna wycieczka objazdowa	☐ Zdrowotne (w tym wellness)	☐ Aktywne-usportowione
☐ Kulturowe wakacje innego rodzaju	☐ Edukacyjne	☐ Inne, jakie?
☐ Na łonie natury / ekoturystyczne	☐ Wycieczka do miejscowości	

MODUŁ C: PREFERENCJE TURYSTYCZNE

C1) Proszę zaznaczyć 5 szlaków, które w Pana/Pani opinii są najlepsze do odbycia wakacji kulturowych

☐ Szlak Dziedzictwa Andaluzji (Hiszpania)	☐ Szlak Zabytków Techniki na Śląsku	☐ Szlak Sera (Austria)	☐ Złoty Szlak (Bawaria/Czechy)	☐ Szlak Tatarski (Podlasie)
☐ Szlak Bajek (Niemcy)	☐ Szlak Architektury Drewnianej (Małopolska)	☐ Szlaki Dziedzictwa Żydowskiego (Europa)	☐ Szlak Cysterski (w Polsce)	☐ Szlak Kopernika (Warmia, Kujawy)
☐ Szlak Napoleona (Francja południowa)	☐ Szlak Naftowy (Polska/Ukraina)	☐ Szlak Dziedzictwa Przemysłowego (Anglia, Midlands)	☐ Szlak Parków i Ogrodów (Europa)	☐ Szlak Zamków Krzyżackich (Pomorze, Mazury)
☐ Szlak Gotyku Ceglanego (Europa Północna)	☐ Szlak Orlich Gniazd (Małopolska, Śląsk)	☐ Szlak Wikingów i Normanów (Europa Północna)	☐ Droga Świętego Jakuba (Europa)	☐ Pomorski Szlak Bursztynowy (Pomorze)
☐ Szlak Wina (Alzacja, Francja)	☐ Szlak Chasydzki (Polska)	☐ Lubuski Szlak Wina I Miodu	☐ Małopolski Szlak Papieski	☐ Szlak Romański Saksonii Anhalckiej
☐ Świętokrzyski Szlak Literacki	☐ Pirenejski Szlak Żelaza (Hiszpania)	☐ Szlak Latarni Morskich (Pomorze)	☐ Romantische Strasse (Niemcy)	☐ Inny, który?

C2) Proszę wskazać 5 regionów/obszarów, w Pana/Pani opinii najlepszych do odbycia wakacji kulturowych.

☐ Andaluzja	☐ Mazury	☐ Tyrol (Austria)	☐ Morawy	☐ Podlasie
☐ Obszar Renu Środkowego	☐ Małopolska	☐ Normandia	☐ Krym	☐ Kujawy
☐ Prowansja	☐ Podkarpacie	☐ Devonshir	☐ Bornholm	☐ Pomorze Gdańskie
☐ Brabant	☐ Dolny Śląsk	☐ Toskania	☐ Katalonia	☐ Świętokrzyskie
☐ Burgundia	☐ Lubelszczyzna	☐ Szkocja	☐ Mazowsze	☐ Saksonia
☐ Kresy (Ukraina)	☐ Bawaria	☐ Wielkopolska	☐ Wileńszczyzna	☐ Inny, który? _____

C3) Proszę wskazać 5 typów obiektów/wydarzeń, wartych zwiedzenia lub uczestnictwa, do których najprędzej podjąłby Pan(i) podróż w ramach urlopu/wakacji lub wolnego weekendu.

☐ zabytkowe pałace	☐ historyczne pomniki	☐ stare fabryki	☐ restauracje z tradycyjnym menu	☐ sanktuaria i historyczne kościoły
☐ miejsca bitew	☐ zamki średniowieczne	☐ wielkie miasta	☐ historyczne małe miasta	☐ regiony z ciekawym folklorem
☐ festiwale filmu i kina	☐ miejsca tradycyjnego rzemiosła	☐ skanseny wsi	☐ udział w warsztatach artystycznych	☐ festiwale muzyki popularnej
☐ festiwale teatralne	☐ wydarzenia (zjazdy) religijne	☐ zjazdy kolekcjonerów	☐ muzea i wystawy sztuki	☐ muzea i wystawy historyczne
☐ miejsca wydarzeń historycznych	☐ kursy języków obcych	☐ parki i ogrody	☐ skanseny przemysłu	☐ muzea techniki
☐ miejsca martyrologii wojennej	☐ miejsca nawiedzone przez duchy	☐ wielkie miejskie galerie handlowe	☐ tematyczne trasy turystyczne w miastach	☐ Inne, jakie? _____

MODUŁ D: POBYT I AKTYWNOŚĆ

D1) Jak długi wyjazd Pan/Pani realizuje/planuje tym razem? Proszę zaznaczyć liczbę nocy.

0	1	2	3	4-7	8-14	powyżej 14
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

D2) Jeśli wyjazd trwa ponad dzień, to czy chociaż jeden nocleg wypadł na obszarze Szlaku Piastowskiego?

- ☐ Tak, ile razy? _____ ☐ Nie

D3) Jeśli odpowiedź w C2 brzmi „tak” to jaki rodzaj noclegu wybrał/-a Pan/Pani podczas tej wycieczki?

☐ Apartament	☐ Przyczepa campingowa / namiot / camper
☐ Własne mieszkanie / dom wakacyjny	☐ U rodziny lub przyjaciół
☐ Hotel	☐ Hostel / schronisko turystyczne
☐ Motel	☐ Inny, jaki? _____
☐ Pensjonat / pokój w prywatnym domu	☐ Jeszcze nie wiem

D4) Czy podczas ostatnich (12 miesięcy) zwiedzał/a Pan(i) lub podczas tego roku ma zamiar zwiedzić poniższe obiekty oraz brał/-a udział w poniższych wydarzeniach kulturalnych? Proszę zaznaczyć te, przy których odpowiedź brzmi „tak”.

☐ Muzea	☐ Kino
☐ Zabytki	☐ Koncerty muzyki pop
☐ Galerie sztuki	☐ Międzynarodowe imprezy muzyczne
☐ Miejsca kultu religijnego	☐ Koncerty muzyki klasycznej
☐ Miejsca historyczne	☐ Imprezy taneczne
☐ Teatry	☐ Festiwale lokalne
☐ Centra dziedzictwa i/lub rzemiosła	☐ Inne, jakie? _____

D5) Proszę ocenić poziom zadowolenia z Pana/Pani pobytu w tym miejscu?

(duże niezadowolenie) _____ (duże zadowolenie)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

D6) W jakim stopniu pobyt w tym miejscu spełnił Pana(i) oczekiwania?

(wcale, w stopniu minimalnym) _____ (w pełni, ponad oczekiwania)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

D7) Proszę ocenić poziom gościnności/życzliwości z jakim spotkał(a) się Pan(i) w tym miejscu ze strony personelu obiektu /pracowników obsługi/ mieszkańców?

(wyraźny brak życzliwości/gościnności) _____ (Wybitna życzliwość/ gościnność - ponad oczekiwania)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

D8) Proszę ocenić zakres i poziom obsługi Pana(i) jako turysty w tym miejscu ?

(wyraźne braki w stosunku do oczekiwań/standardów) _____ (Bardzo wysoki poziom i szeroki zakres ofert usług, wykraczał poza oczekiwania)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

D9) Jeśli wystąpiły zauważalne braki, to jakie?

.....

.....

MODUŁ F: WYDATKI

F1) Ile pieniędzy wydał/-a Pan/Pani lub zamierza wydać podczas tego wyjazdu (kwoty w złotych):

Liczba osób: _____ Wydatki na wszystkich ŁĄCZNIE: _____

w tym dzieci poniżej 16 lat: _____

Podróż _____	Jedzenie, napoje, zakupy, rozrywka _____
Zakwaterowanie _____	Bilety wstępu _____

MODUŁ G: ŹRÓDŁA INFORMACJI

G1) W jaki sposób zorganizował/-a Pan/Pani swój przyjazd i pobyt?

- ☐ Pakiet all-inclusive (proszę przejść do pytania E3)
- ☐ Przejazd i zakwaterowanie rezerwowane oddzielnie
- ☐ Bez wcześniejszej rezerwacji (proszę przejść do pytania E3)

G2) Jeśli dokonał/-a Pan/Pani wcześniejszej rezerwacji przejazdu i/lub zakwaterowania, to jaką formę rezerwacji Pan/Pani wybrał/-a:

- ☐ Rezerwacja w biurze podróży
- ☐ Rezerwacja przez strony internetowe
- ☐ Rezerwacja przez telefon, faks lub e-mail

G3) Z jakich źródeł informacji turystycznej korzystał/-a Pan/Pani zbierając informacje o tym miejscu przed przybyciem?

☐ Rodzina / przyjaciele	☐ TV / Radio
☐ Poprzednia wizyta	☐ Gazety / czasopisma
☐ Internet	☐ Broszury touroperatorów / katalogi biur podróży
☐ Informacja turystyczna	☐ Przewodniki
☐ Biuro podróży	☐ Inne, jakie _____

G4) Z jakich źródeł informacji turystycznej korzysta Pan/Pani na miejscu?

☐ Rodzina / przyjaciele	☐ Lokalne broszury
☐ Centrum informacji turystycznej	☐ Przewodniki
☐ Internet	☐ TV/Radio
☐ Biuro podróży	☐ Przewodnik turystyczny (osoba)
☐ Gazety / czasopisma	☐ Inne, jakie _____

MODUŁ H - METRYCZKA

H1) Płeć:

- ☐ Mężczyzna
- ☐ Kobieta

H2) Przedział wiekowy:

- ☐ 15 i mniej
- ☐ 16-19
- ☐ 20-29
- ☐ 30-39
- ☐ 40-49
- ☐ 50-59
- ☐ 60 i więcej

H3) Wykształcenie:

- ☐ Podstawowe
- ☐ Zawodowe
- ☐ Średnie
- ☐ Niepełne wyższe
- ☐ Wyższe

H4) Jaka jest Pana/Pani aktualna sytuacja zawodowa:

☐ Pracownik firmy lub instytucji	☐ Gospodyni domowa (proszę przejść do pytania H7)
☐ Własna firma	☐ Student (proszę przejść do pytania H7)
☐ Emeryt lub rencista (proszę przejść do pytania H7)	☐ Bezrobotny (proszę przejść do pytania H7)

H5) Jaka jest Pana/Pani aktualna przynależność do wybranej grupy zawodowej:

☐ Dyrektor lub menadżer	☐ Pracownik biurowy / administracyjny
☐ Specjalista (lekarz, prawnik, nauczyciel, itp.)	☐ Pracownik sektora usług / sprzedaży
☐ Pracownik techniczny (technik, pielęgniarz itp.)	☐ Rzemieślnik / pracownik fizyczny / pracownik produkcji

H6) Czy Pana/Pani obecne lub byłe zatrudnienie jest związane z kulturą?

- ☐ Tak
- ☐ Nie

H7) Roczny dochód brutto Pana/Pani gospodarstwa domowego to:

☐ 20 tys. zł lub mniej	☐ 40 - 80 tys. zł	☐ 240 - 320 tys. zł
☐ 20 - 40 tys. zł	☐ 80 - 240 tys. zł	☐ powyżej 320 tys. zł

Projekt Badawczy: Turystyka Kulturowa na Szlaku Piastowskim

Kwestionariusz SP-SHORT obiektowy [AMR SP 2012]

Nr SPTS-.....

Szanowni Państwo! Niniejsza ankieta wiąże się z prowadzonymi przez zespół dr Armina Mikos von Rohrscheidt badaniami jako element audytu Szlaku Piastowskiego zleconego przez Marszałka Województwa Kujawsko-Pomorskiego oraz w ramach światowych badań nad turystyką kulturową. Celem ankiety jest ustalenie kto, dlaczego i jak często odwiedza obiekty Szlaku Piastowskiego oraz jakie są jego wrażenia z pobytu. Ankieta jest całkowicie anonimowa. Bardzo proszę o jej rzetelne wypełnienie i dziękuję jednocześnie za wzięcie udziału w badaniach. **Proszę o udzielenie odpowiedzi, zamalowując odpowiednie pole przy dokonanym wyborze według wzoru:**

■ ☒poprawnie ☒źle (bądź wypełniając wykreskowane miejsca).

MODUŁ A - SELEKCJA

A1) Gdzie znajduje się Pana/Pani aktualne miejsce zamieszkania?

- ☐ To miejsce lub najbliższa okolica (w tym powiecie)
☐ Inne miejsce w tym województwie ☐ Inne miejsce w Polsce ☐ Zagranica, jaki kraj?

A2) Czy był/-a Pan/Pani wcześniej w tym miejscu?

- ☐ Tak, ile razy? _____ ☐ Nie

A3) Czy podczas tej podróży zwiedził/-a już Pan/Pani lub zwiedzi inne obiekty Szlaku Piastowskiego?

- ☐ Tak, wszystkie lub prawie wszystkie ☐ Tak, kilka z nich ☐ Nie, ale przewiduję jeszcze zwiedzić
☐ Nie wiem jeszcze ☐ Nie zamierzam ☐ Nie słyszałem/-am o Szlaku

MODUŁ B – MOTYWACJE

B1) Jak określiłby/-łaby Pan/Pani trafność poniższych stwierdzeń? (Proszę zaznaczyć wartość od 1 do 5)

Odwiedzam to miejsce aby nauczyć się czegoś nowego

(fałsz) 1 2 3 4 5 (prawda)
☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Odwiedzam to miejsce w celach rozrywkowych

(fałsz) 1 2 3 4 5 (prawda)
☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Pragnę dowiedzieć się więcej na temat kultury lub historii Polski/Wielkopolski

(fałsz) 1 2 3 4 5 (prawda)
☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Pragnę poczuć atmosferę tego miejsca

(fałsz) 1 2 3 4 5 (prawda)
☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Nastawiam się głównie na zobaczenie tego miejsca

(fałsz) 1 2 3 4 5 (prawda)
☐ ☐ ☐ ☐ ☐

B2) Jaki jest główny cel Pani/Pana przyjazdu do tego miejsca? (zaznaczają tylko turyści) (proszę wybrać maksymalnie dwie odpowiedzi)

☐ Wakacje / urlop spędzany tutaj	☐ Zwiedzanie poszczególnych konkretnych atrakcji kulturowych
(proszę przejść do pytania B3)	☐ Zwiedzanie Szlaku Piastowskiego jako grupy miejsc/obiektów
	☐ Uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych
	☐ Wizyta u krewnych lub przyjaciół
	☐ Biznes lub konferencja
	☐ Wydarzenia sportowe
	☐ Zakupy
	☐ Inny, jaki?

B3) Jeśli jest Pan/Pani na WAKACJACH/ URLOPIE, jaki to rodzaj wakacji? (zaznaczają tylko turyści)

☐ Formą urlopu/wakacji jest zwiedzanie Szlaku Piastowskiego	☐ Wypoczynkowe	☐ Wiejskie
☐ Inna wycieczka objazdowa	☐ Zdrowotne (w tym wellness)	☐ Aktywne-usportowione
☐ Kulturowe wakacje innego rodzaju	☐ Edukacyjne	☐ Inne, jakie? _____
☐ Na łonie natury / ekoturystyczne	☐ Wycieczka do miejscowości	

MODUŁ D: POBYT I AKTYWNOŚĆ

D1) Jak długi wyjazd Pan/Pani realizuje/planuje tym razem? Proszę zaznaczyć liczbę nocy.

0	1	2	3	4-7	8-14	powyżej 14
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

D2) Jeśli wyjazd trwa ponad dzień, to czy chociaż jeden nocleg wypadł na obszarze Szlaku Piastowskiego?

- ☐ Tak, ile razy? _____ ☐ Nie

D3) Jeśli odpowiedź w C2 brzmi „tak” to jaki rodzaj noclegu wybrał/-a Pan/Pani podczas tej wycieczki?

☐ Apartament	☐ Przyczepa campingowa / namiot / camper
☐ Własne mieszkanie / dom wakacyjny	☐ U rodziny lub przyjaciół
☐ Hotel	☐ Hostel / schronisko turystyczne
☐ Motel	☐ Inny, jaki? _____
☐ Pensjonat / pokój w prywatnym domu	☐ Jeszcze nie wiem

D4) Czy podczas ostatnich (12 miesięcy) zwiedzał/a Pan(i) lub podczas tego roku ma zamiar zwiedzić poniższe obiekty oraz brał/-a udział w poniższych wydarzeniach kulturalnych? Proszę zaznaczyć te, przy których odpowiedź brzmi „tak”.

☐ Muzea	☐ Kino
☐ Zabytki	☐ Koncerty muzyki pop
☐ Galerie sztuki	☐ Międzynarodowe imprezy muzyczne
☐ Miejsca kultu religijnego	☐ Koncerty muzyki klasycznej
☐ Miejsca historyczne	☐ Imprezy taneczne
☐ Teatry	☐ Festiwale lokalne
☐ Centra dziedzictwa i/lub rzemiosła	☐ Inne, jakie? _____

D5) Proszę ocenić poziom zadowolenia z Pana/Pani pobytu w tym miejscu?

(duże niezadowolenie)

(duże zadowolenie)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

D6) W jakim stopniu pobyt w tym miejscu spełnił Pana(i) oczekiwania?

(wcale, w stopniu minimalnym)

(w pełni, ponad oczekiwania)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

D7) Proszę ocenić poziom gościnności/życzliwości z jakim spotkał(a) się Pan(i) w tym miejscu ze strony personelu obiektu /pracowników obsługi/ mieszkańców?

(wyraźny brak życzliwości/gościnności)

(Wybitna życzliwość/ gościnność - ponad oczekiwania)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

D8) Proszę ocenić zakres i poziom obsługi Pana(i) jako turysty w tym miejscu ?

(wyraźne braki w stosunku do oczekiwań/standardów)

(Bardzo wysoki poziom i szeroki zakres ofert usług, wykraczał poza oczekiwania)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

D9) Jeśli wystąpiły zauważalne braki, to jakie?

MODUŁ H - METRYCZKA

H1) Płeć:

☐ Mężczyzna

☐ Kobieta

H2) Przedział wiekowy:

☐ 15 i mniej

☐ 16-19

☐ 20-29

☐ 30-39

☐ 40-49

☐ 50-59

☐ 60 i więcej

H3) Wykształcenie:

☐ Podstawowe

☐ Zawodowe

☐ Średnie

☐ Niepełne wyższe

☐ Wyższe

H4) Jaka jest Pana/Pani aktualna sytuacja zawodowa:

☐ Pracownik firmy lub instytucji

☐ Gospodyni domowa (proszę przejść do pytania H7)

☐ Własna firma

☐ Student (proszę przejść do pytania H7)

☐ Emeryt lub rencista (proszę przejść do pytania H7)

☐ Bezrobotny (proszę przejść do pytania H7)

H5) Jaka jest Pana/Pani aktualna przynależność do wybranej grupy zawodowej:

☐ Dyrektor lub menadżer

☐ Pracownik biurowy / administracyjny

☐ Specjalista (lekarz, prawnik, nauczyciel, itp.)

☐ Pracownik sektora usług / sprzedaży

☐ Pracownik techniczny (technik, pielęgniarka itp.)

☐ Rzemieślnik / pracownik fizyczny / pracownik produkcji

H6) Czy Pana/Pani obecne lub było zatrudnienie jest związane z kulturą?

☐ Tak

☐ Nie

H7) Roczny dochód brutto Pana/Pani gospodarstwa domowego to:

☐ 20 tys. zł lub mniej

☐ 40 - 80 tys. zł

☐ 240 - 320 tys. zł

☐ 20 - 40 tys. zł

☐ 80 - 240 tys. zł

☐ powyżej 320 tys. zł

Tabele wyników badań turystów w rozbiciu na wiek i poziom formalnej edukacji.

W załączniku zestawiono tabele, zawierające wyniki skrzyżowania odpowiedzi na wybrane pytania kwestionariuszy badania turystów oraz danych metryczkowych. Poniższe tabele ilustrują wyniki w rozbiciu na grupy wiekowe i grupy osób z określonym poziomem wykształcenia

I. BADANIE TURYSTÓW NA SZLAKU
(Wyniki ewaluacji kwestionariuszy „Long”)

Moduł B.

Pytanie B.1. „Jak określił(a) by Pan/i trafność poniższych stwierdzeń?”.

Skala ocen: od 1 = zupełny brak akceptacji - do 5 = pełna akceptacja. Podane w poszczególnych kategoriach cyfry wskazują średnią wysokość oceny, przypisanej przez osoby z danej grupy (wiekowej lub z danym cenzusem wykształcenia) do poszczególnych stwierdzeń.

Tab. L.B.1.1. Ocena trafności stwierdzeń w zakresie motywacji odwiedzin miejsca w poszczególnych grupach wiekowych

stwierdzenie / wiek	do 15	16-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60 i więcej
[B.1.4] Pragnę poczuć atmosferę tego miejsca	4.75	4.33	3.91	4.16	4.26	4.6	4.07
[B.1.3] Pragnę dowiedzieć się więcej na temat kultury lub historii Polski/Wielkopolski	4.50	3.88	4.15	4.38	4.45	4.52	4.38
[B.1.1] Odwiedzam to miejsce aby nauczyć się czegoś nowego	4.0	4.11	3.79	4	4.33	4.4	3.62
[B.1.5] Nastawiam się głównie na zobaczenie tego miejsca	4.0	4.11	3.27	3.56	3.43	3.68	3.82
[B.1.2] Odwiedzam to miejsce w celach rozrywkowych	3.5	4.33	3.05	3.09	3.18	2.64	2.55

Tab. L.B.1.2. Ocena trafności stwierdzeń w zakresie motywacji odwiedzin miejsca w poszczególnych grupach wg poziomu wykształcenia

Wykształcenie	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Niepełne wyższe	Wyższe
[B.1.4] Pragnę poczuć atmosferę tego miejsca	4.14	4.14	3.95	4.16	4.33
[B.1.2] Odwiedzam to miejsce w celach rozrywkowych	4	2.64	2.90	2.72	3.17
[B.1.5] Nastawiam się głównie na zobaczenie tego miejsca	4	3.64	3.30	2.84	3.74
[B.1.1] Odwiedzam to miejsce aby nauczyć się czegoś nowego	3.86	3.79	3.82	4.32	4.18
[B.1.3] Pragnę dowiedzieć się więcej na temat kultury lub historii Polski/Wielkopolski	3.14	4.64	4.05	4.56	4.55

Pytanie B.2. „Jaki jest główny cel Pani/Pana przyjazdu do tego miejsca?”

Tab. L.B.2.1.: cel przyjazdu zależnie od wieku

cel / wiek	do 15	16-19	20-29	30-39	40-49	50-59	pow. 60
Wakacje / urlop spędzany tutaj(proszę przejść do pytania B3)	100%	44.4%	33.9%	53.0%	48.3%	44%	24.1%
Zwiedzanie poszczególnych konkretnych atrakcji kulturowych	50%	35.5%	49.2%	33.3%	35%	36%	41.4%
Zwiedzanie Szlaku Piastowskiego jako grupy miejsc/obiektów	50%	33.3%	33.9%	19.7%	35%	24%	34.5%
Uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych	0%	22.2%	5.1%	6.6%	5%	16%	0%
Wizyta u krewnych lub przyjaciół	0%	5.5%	16.9%	13.6%	5%	8%	20.7%
Biznes lub konferencja	0%	0%	1.8%	0%	0%	0%	0%
Wydarzenia sportowe	0%	0%	0%	0%	0%	4%	3.5%
Zakupy	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Inny	0%	0%	0%	1.5%	0%	0%	0%

Tab. L.B.2.2.: cel przyjazdu zależnie od wykształcenia

cel / wykształcenie	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Niepełne wyższe	Wyższe
Wakacje / urlop spędzany tutaj(proszę przejść do pytania B3)	42.9%	21.4%	49.4%	48%	41.5%
Zwiedzanie poszczególnych Kon=kretnych atrakcji kulturowych	28.6%	50%	39.8%	36%	38.1%
Zwiedzanie Szlaku Piastowskiego jako grupy miejsc/obiektów	4.3%	35.7%	25.3%	36%	30.5%
Uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych	14.3%	0%	6.2%	8%	6.8%
Wydarzenia sportowe	14.3%	0%	0%	0%	0.85%
Wizyta u krewnych lub przyjaciół	0%	21.4%	9.6%	8%	14.4%
Biznes lub konferencja	0%	0%	0%	0%	0.8%
Zakupy	0%	0%	0%	0%	0%
Inny	0%	0%	1.2%	0%	0%

MODUŁ C.

Pytanie C.1. „Proszę zaznaczyć 5 szlaków, które w Pana/Pani opinii są najlepsze do odbycia wakacji kulturowych”

Tab.L.C.1.2.: Preferowane szlaki kulturowe zależnie od wieku

szlak / wiek	15 i mniej	16-19	40-49	50-59	60 i więcej
Szlak Zamków Krzyżackich (Pomorze, Mazury)	100%	55.6%	51.7%	46%	44.4%
Szlak Bajek (Niemcy)	75%	0%	13.3%	4%	10.8%
Szlak Zabytków Techniki na Śląsku	50%	5.5%	23.3%	10%	31.3%
Szlak Naftowy (Polska/Ukraina)	50%	0%	8.3%	8%	3.5%
Szlak Orlich Gniazd (Małopolska, Śląsk)	50%	49.8%	40%	44%	41.4%
Szlaki Dziedzictwa Żydowskiego (Europa)	50%	11.1%	13.3%	16%	0.7%

szlak / wiek	15 i mniej	16-19	40-49	50-59	60 i więcej
Szlak Latarni Morskich (Pomorze)	50%	27.6%	11.7%	32%	20.7%
Złoty Szlak (Bawaria/Czechy)	25%	11.1%	18.3%	12%	6.7%
Pomorski Szlak Bursztynowy (Pomorze)	25%	22.2%	15%	32%	24.1%
Szlak Dziedzictwa Andaluzji (Hiszpania)	0%	33.3%	23.3%	18%	13.8%
Szlak Napoleona (Francja południowa)	0%	11.1%	18.3%	8%	14.5%
Szlak Gotyku Ceglanego (Europa Północna)	0%	11.1%	21.7%	28%	20.7%
Szlak Wina (Alzacja, Francja)	0%	22.2%	20%	16%	14.5%
Świętokrzyski Szlak Literacki	0%	0%	5%	12%	13.8%
Szlak Architektury Drewnianej (Małopolska)	0%	11.1%	25%	38%	27.6%
Szlak Chasydzki (Polska)	0%	0%	8.3%	8%	3.5%
Pirenejski Szlak Żelaza (Hiszpania)	0%	11.1%	10%	0%	2.8%
Szlak Sera (Austria)	0%	33.3%	8.3%	4%	3.5%
Szlak Dziedzictwa Przemysłowego (Anglia)	0%	11.1%	6.7%	0%	10.3%
Szlak Wikingów i Normanów (Europa Północna)	0%	44.4%	20%	16%	3.5%
Lubuski Szlak Wina i Miodu	0%	22.2%	13.3%	14%	13.8%
Szlak Cysterski (w Polsce)	0%	5.5%	18.3%	12%	27.6%
Szlak Parków i Ogrodów (Europa)	0%	22.2%	18.3%	16%	24.1%
Droga Świętego Jakuba (Europa)	0%	5.5%	16.7%	14%	27.6%
Małopolski Szlak Papieski	0%	0%	10%	28%	10.3%
Romantische Strasse (Niemcy)	0%	0%	8.3%	8%	3.5%
Szlak Tatarski (Podlasie)	0%	0%	15%	8%	13.8%
Szlak Kopernika (Warmia, Kujawy)	0%	44.4%	13.3%	30%	24.1%
Szlak Romański Saksonii Anhaltkiej	0%	22.2%	16.7%	6%	6.9%
Inny	0%	0%	0%	2%	3.5%

Tab. L.C.1.2.: Preferowane szlaki kulturowe zależnie od wykształcenia

szlak/ wykształcenie	Podstawowe	Średnie	Niepełne wyższe	Wyższe
Szlak Dziedzictwa Andaluzji (Hiszpania)	57.1%	14.5%	16%	16.9%
Szlak Zamków Krzyżackich (Pomorze, Mazury)	50.1%	47.0%	30%	45.8%
Szlak Sera (Austria)	42.9%	4.82%	12%	5.9%
Szlak Bajek (Niemcy)	28.6%	10.8%	16%	8.5%
Szlak Wina (Alzacja, Francja)	28.6%	19.3%	28%	17.8%
Szlak Orlich Gniazd (Małopolska, Śląsk)	28.6%	45.4%	42%	40.7%
Szlaki Dziedzictwa Żydowskiego (Europa)	28.6%	9.6%	6%	15.3%
Złoty Szlak (Bawaria/Czechy)	28.6%	4.5%	8%	11.9%
Szlak Kopernika (Warmia, Kujawy)	28.6%	19.3%	16%	18.64%
Pomorski Szlak Bursztynowy (Pomorze)	28.6%	27.7%	18%	22.0%
Szlak Romański Saksonii Anhaltkiej	28.6%	6.0%	16%	5.9%
Szlak Napoleona (Francja południowa)	14.3%	12.7%	12%	16.9%
Szlak Zabytków Techniki na Śląsku	14.3%	22.9%	28%	18.6%
Szlak Architektury Drewnianej (Małopolska)	14.3%	26.5%	22%	33.9%
Szlak Naftowy (Polska/Ukraina)	14.3%	8.4%	12%	10.2%

szlak/ wykształcenie	Podsta- wowe	Średnie	Niepełne wyższe	Wyższe
Szlak Wikingów i Normanów(Europa Pół- nocna)	14.3%	30.1%	22%	16.5%
Lubuski Szlak Wina i Miodu	14.3%	16.9%	16%	13.6%
Szlak Latarni Morskich (Pomorze)	14.3%	24.1%	20%	16.1%
Małopolski Szlak Papieski	14.3%	7.2%	4%	14.4%
Szlak Gotyku Ceglanego (Europa Północ- na)	7.1%	21.7%	28%	19.5%
Świętokrzyski Szlak Literacki	0%	6.0%	4%	9.3%
Szlak Chasydzki (Polska)	0%	3.6%	16%	6.8%
Pirenejski Szlak Żelaza (Hiszpania)	0%	4.8%	4%	6.8%
Szlak Dziedzictwa Przemysłowego (An- glia, Midlands)	0%	5.4%	4%	9.3%
Szlak Cysterski (w Polsce)	0%	18.1%	20%	26.3%
Szlak Parków i Ogrodów (Europa)	0%	22.9%	16%	20.3%
Droga Świętego Jakuba (Europa)	0%	7.2%	16%	16.9%
Romantische Strasse (Niemcy)	0%	7.2%	4%	2.3%
Szlak Tatarski (Podlasie)	0%	8.4%	28%	19.5%
Inny	0%	0.6%	8%	0.8%

**Pytanie C.3.: „Proszę wskazać 5 typów obiektów/wydarzeń, wartych zwie-
dzenia lub uczestnictwa, do których najprędzej podjąłby Pan(i) podróż w ra-
mach urlopu/wakacji lub wolnego weekendu”**

Tab. L.C.3.1.: Preferowane obiekty/wydarzenia zależnie od wieku

obiekt- wydarzenie / wiek	do 15	16-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60 i więcej
zabytkowe pałace	75%	44.4%	42.4%	45.5%	50%	46%	69,0%
miejsca nawiedzane przez duchy	75%	22.2%	22.0%	11.5%	15%	4%	6.9%
miejsca martyrologii wo- jennej	50%	11.1%	15.3%	11.5%	10%	6%	6.9%
zamki średniowieczne	50%	49.9%	62.7%	65.2%	76.7%	52%	48.3%
stare fabryki	50%	16,6%	22.0%	13.6%	5%	4%	6.9%
wielkie miasta	50%	11.1%	10.2%	9.1%	3.3%	8%	17.2%
parki i ogrody	50%	33.3%	16.9%	36.4%	25%	42%	51.7%
historyczne małe miasta	50%	22.2%	16.9%	12.1%	21.7%	28%	10.3%
udział w warsztatach arty- stycznych	25%	0%	8.5%	7.6%	6.7%	8%	6.9%
tematyczne trasy tury- styczne w miastach	25%	11.1%	10.2%	13.6%	13.9%	22%	7.7%
miejsca bitew	25%	55.5%	32.2%	30.3%	25%	10%	10.3%
festiwale filmu i kina	0%	0%	18.6%	4.6%	8.3%	14%	0%
festiwale teatralne	0%	0%	3.4%	7.6%	5%	8%	6.9%
miejsca wydarzeń histo- rycznych	25%	38.8%	39.0%	39.4%	40%	40%	44.8%
historyczne pomniki	0%	0%	3.4%	10.6%	13.3%	16%	27.6%
miejsca tradycyjnego rze- miostła	0%	22.2%	16.9%	7.6%	11.7%	12%	10.3%
wydarzenia (zjazdy) religij- ne	0%	5.5%	5.1%	12.1%	5%	10%	17.2%
kursy języków obcych	0%	0%	6.8%	3.0%	1.7%	4%	3.5%

obiekt- wydarzenie / wiek	do 15	16-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60 i więcej
skanseny wsi	0%	33.3%	16.9%	33.3%	18.3%	14%	20.7%
zjazdy kolekcjonerów	0%	5.5%	8.5%	3.0%	5%	4%	3.5%
wielkie miejskie galerie handlowe	0%	22.2%	1.7%	1.5%	5%	2%	10.3%
restauracje z tradycyjnym menu	0%	16.6%	16.9%	4.6%	10%	12%	6.9%
muzea i wystawy sztuki	0%	16.6%	13.6%	27.4%	28.3%	26%	20.7%
skanseny przemysłu	0%	11.1%	6.8%	7.6%	6.7%	6%	3.5%
sanktuaria i historyczne kościoły	0%	11.1%	15.3%	22.7%	23.3%	30%	37.9%
regiony z ciekawym folklorem	0%	5.5%	8.5%	12.1%	5%	18%	13.8%
festiwale muzyki popularnej	0%	11.1%	15.3%	0%	5%	4%	0%
muzea i wystawy historyczne	0%	5.5%	20.3%	18.2%	30%	28%	24.1%
muzea techniki	0%	11.1%	22.0%	18.2%	20%	20%	6.9%
Inny	0%	0%	1.7%	0%	1.7%	2%	0%

Tab. L.C.3.1.: Preferowane obiekty/ wydarzenia zależnie od wykształcenia

obiekt - wydarzenie / wykształcenie	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Niepełne wyższe	Wyższe
zamki średniowieczne	50.1%	57.1%	61.5%	60%	67.8%
zabytkowe pałace	42.9%	50%	48.2%	32%	53.4%
tematyczne trasy turystyczne w miastach	42.9%	0%	9.6%	8%	13.5%
miejsca nawiedzane przez duchy	35,7%	14.3%	21.7%	26%	4.2%
miejsca bitew	28.6%	14.3%	27.7%	24%	26.3%
miejsca wydarzeń historycznych	28.6%	21.4%	38.6%	34%	44.9%
regiony z ciekawym folklorem	21.4%	14.3%	12.0%	20%	8.5%
stare fabryki	28.6%	7.1%	10.8%	20%	11.0%
wielkie miasta	28.6%	7.1%	10.8%	12%	6.8%
skanseny wsi	28.6%	14.3%	19.3%	22%	22.8%
parki i ogrody	28.6%	53,5%	36.1%	24%	27.1%
miejsca martyrologii wojennej	21.4%	7.1%	8.4%	16%	11.0%
wydarzenia (zjazdy) religijne	14.3%	21.4%	9.64%	8%	5.1%
wielkie miejskie galerie handlowe	14.3%	0%	2.4%	8%	4.2%
historyczne małe miasta	14.3%	3,5%	13.3%	30%	20.3%
udział w warsztatach artystycznych	7.1%	7.1%	12.1%	8%	4.24%
skanseny przemysłu	14.3%	7.1%	6.0%	18%	2.5%
sanktuaria i historyczne kościoły	14.3%	50%	18.7%	8%	27.8%
festiwale muzyki popularnej	14.3%	7.1%	6.0%	10%	3.4%
festiwale filmu i kina	7.1%	7.1%	13.3%	8%	7.6%

obiekt - wydarzenie / wykształcenie	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Niepełne wyższe	Wyższe
festiwale teatralne	0%	14.3%	7.2%	8%	4.2%
historyczne pomniki	0%	7.1%	12.1%	4%	14.4%
miejsca tradycyjnego rzemiosła	0%	21.4%	14.5%	14%	9.3%
kursy języków obcych	0%	7.1%	3.6%	8%	2.5%
zjazdy kolekcjonerów	0%	21.4%	3.6%	4%	5.1%
restauracje z tradycyjnym menu	0%	21.4%	12.1%	16%	9.3%
muzea i wystawy sztuki	0%	7.1%	14.5%	8%	34.8%
muzea i wystawy historyczne	0%	21.4%	22.9%	12%	28%
muzea techniki	0%	0%	16.9%	22%	19.5%
Inny	0%	0%	0.6%	0%	0..8%

MODUŁ D

Pytanie D.1. „*Jak długi wyjazd Pan/Pani realizuje/planuje tym razem? Proszę zaznaczyć liczbę nocy?*”

Tab. L.D.1.1.: Długość wyjazdu zależnie od wieku

długość wyjazdu /wiek	15 i mniej	16-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60 i więcej
4-7	50%	22.2%	35.6%	36.4%	30%	16%	27.6%
2	25%	11.1%	10.2%	12.1%	21.7%	20%	13.8%
3	25%	44.4%	30.5%	13.6%	20%	24%	31.0%
1	0%	0%	8.47%	3.0%	6.7%	8%	0%
8-14	0%	11.1%	6.8%	19.7%	13.3%	20%	0%
powyżej 14	0%	0%	9%	1.5%	5%	8%	0%

Tab. L.D.1.2.: Długość wyjazdu zależnie od wykształcenia

długość wyjazdu / wykształcenie	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Niepełne wyższe	Wyższe
3	28.6%	21.4%	28.9%	32%	20.3%
4-7	28.6%	21.4%	30.1%	22%	30.8%
2	14.3%	28.6%	14.5%	12%	19.3%
8-14	7.1%	7.14%	13.3%	6%	11.1%
1	7.1%	7.1%	7.23%	8%	2.5%
powyżej 14	0%	0%	1.2%	4%	3.4%

Pyt. D.3. : „*Jaki rodzaj noclegu wybrał/-a Pan/Pani podczas tej wycieczki?*”

Tab. L.D.3.1.: Typ wykorzystanego noclegu zależnie od wieku

typ noclegu /wiek	15 i mniej	16-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60 i więcej
Pensjonat / pokój w prywatnym domu	25%	11.1%	13.6%	18.2%	17,0%	34%	27.5%
Hostel / schronisko turystyczne	75%	11,1%	20.7%	9.1%	5.0%	18%	14,2%
Apartament	0%	16.6%	3.4%	1.5%	3.3%	0%	7,1%
Własne mieszkanie / dom wakacyjny	0%	0%	1.7%	3.0%	0%	8%	3.5%
Hotel	0%	27.7%	8.5%	15.2%	26.7%	18%	19.6%
Motel	0%	5,5,%	3.4%	3.0%	5%	6%	3.5%

Przyczepa campingowa / namiot / camper	0%	11.1%	6.8%	3.0%	0%	4%	1.7%
U rodziny lub przyjaciół	0%	5,5,%	10.2%	13.6%	5%	6%	18.7%
Inny, jeszcze nie wiem lub brak odpowiedzi	0%	11.1%	5.1%	10.6%	3.3%	6%	4.2%

Tab. L.D.3.2.: Typ wykorzystanego noclegu zależnie od wykształcenia

typ noclegu / wykształcenie	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Niepełne wyższe	Wyższe
Pensjonat / pokój w prywatnym domu	28.6%	28.6%	22.3%	28%	30.5%
Przyczepa campingowa / namiot / camper	7.1%	7.1%	6.0%	6%	0.9%
Hostel / schronisko turystyczne	14.3%	10,5%	14,5%	24%	3.0%
Apartament	0%	3,5%	2.4%	4%	5,1%
Własne mieszkanie / dom wakacyjny	0%	0%	3.6%	0%	2.5%
Hotel	14.2%	21.4%	17.1%	20%	19.4%
Motel	0%	3,5%	3.6%	4%	4,2%
U rodziny lub przyjaciół	21.6%	14.2%	13.9%	10%	10.6%
Inny, jeszcze nie wiem lub brak odpowiedzi	14.2.%	3,5,%	3,6%	4%	4.2%

Pytanie D.4.: „Czy podczas ostatnich (12 miesięcy) zwiedzał/a Pan(i) lub podczas tego roku ma zamiar zwiedzić poniższe obiekty oraz brał/-a udział w poniższych wydarzeniach kulturalnych? Proszę zaznaczyć te, przy których odpowiedź brzmi ”tak”.

Tab. L.D.4.1.: Zwiedzanie / udział w kulturze zależnie od wieku

zwiedzanie - udział / wiek	15 i mniej	16-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60 i więcej
Zabytki	100%	77.8%	59.3%	78.8%	78.3%	84%	86.2%
Muzea	75%	61.1%	68.6%	69.7%	85,8%	72%	82.8%
Miejsca historyczne	75%	77.8%	57.6%	63.6%	55%	64%	58.6%
Galerie sztuki	50%	33.3%	32.2%	30.3%	43.3%	30%	38.4%
Miejsca kultu religijnego	50%	66.7%	27.1%	40.9%	45%	54%	55.2%
Kino	50%	61.1%	75.4%	59.1%	55%	32%	31.0%
Teatry	25%	22.2%	28.8%	37.9%	40,8%	30%	22.1%
Centra dziedzictwa i/lub rzemiosła	0%	44.4%	25.4%	31.8%	20%	28%	20.7%
Koncerty muzyki pop	0%	38.8%	30.5%	21.2%	21.7%	18%	0%
Międzynarodowe imprezy muzyczne	0%	22.2%	21.1%	16.7%	11.7%	4%	10.3%
Koncerty muzyki klasycznej	0%	5.5%	13.6%	16.7%	15,8%	12%	20.7%
Imprezy taneczne	0%	33.3%	23.7%	13.6%	14.5%	20%	6.9%
Festiwale lokalne	0%	44.4%	39.0%	21.2%	26.7%	42%	27.6%
Inne	0%	11.1%	3.4%	0%	0%	4%	1,7%

Tab. L.D.4.2.: Zwiedzanie / udział w kulturze zależnie od wieku

zwiedzanie - udział / wykształcenie	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Niepełne wyższe	Wyższe
Zabytki	64.1%	64.3%	69.9%	76%	81.8%
Miejsca kultu religijnego	57.1%	52.1%	33.7%	22%	50.7%
Miejsca historyczne	57.1%	50%	47.6%	64%	69.5%
Muzea	42.9%	62.3%	68.7%	62%	85.2%
Koncerty muzyki pop	42.9%	17.8%	19.9%	28%	20.3%
Festiwale lokalne	42.9%	21.4%	27.7%	40%	30.5%
Galerie sztuki	28.6%	24.0%	28.9%	28%	45.8%
Kino	28.6%	21.4%	55.4%	70%	58.5%
Imprezy taneczne	28.6%	28.6%	19.3%	14%	12.7%
Teatry	14.3%	14.3%	20.5%	28%	45.8%
Centra dziedzictwa i/lub rzemiosła	14.3%	14.3%	21.7%	38%	30.5%
Międzynarodowe imprezy muzyczne	14.3%	0%	14.5%	8%	17.8%
Koncerty muzyki klasycz- nej	0%	7.1%	10.8%	8%	21.2%
Inne	0%	0%	2.4%	4%	0.4%

MODUŁ G

Pytanie G. 1. W jaki sposób zorganizował/-a Pan/Pani swój przyjazd i pobyt?

Tab. L.G.1.1.: Organizacja pobytu zależnie od wieku

organizacja / wiek	15 i mniej	16- 19	20- 29	30- 39	40- 49	50- 59	60 i wię- cej
Przejazd i zakwaterowanie rezer- wowane oddzielnie	25%	55.5%	35.6%	54.5%	51.7%	22%	17.2%
Pakiet rezerwacji (proszę przejść do pytania G3)	0%	16.6%	1.7%	0%	6.7%	18%	10.3%
Bez wcześniejszej rezerwacji (pro- szę przejść do pytania G3)	0%	33.3%	55.9%	40.9%	38.3%	54%	65.5%

Tab. L.G.1.2.: Organizacja pobytu zależnie od wykształcenia

Organizacja/ wykształcenie	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Niepełne wyższe	Wyższe
Przejazd i zakwaterowanie rezerwowane oddzielnie	48.5%	35,8%	44.6%	54%	39,0%
Bez wcześniejszej rezerwacji (proszę przejść do pytania G3)	42.7%	57.2%	43.4%	42%	52.5%
Pakiet rezerwacji (proszę przejść do pytania G3)	0%	0%	7.2%	4%	4.2%

Pytanie G.2.: "Jeśli dokonał/-a Pan/Pani wcześniejszej rezerwacji przejazdu i/lub zakwaterowania, to jaką formę rezerwacji Pan/Pani wybrał/-a:"

Tab. L.G.2.1.: Rezerwacja zależnie od wieku

rezerwacja / wiek	16- 19	20- 29	30- 39	40- 49	50- 59	60 i wię- cej
Rezerwacja przez telefon, faks lub e-mail	34.2%	31.3%	42.9%	42.3%	51.5%	58.3%

Rezerwacja przez strony internetowe	62.6%	59.7%	46.2%	37.7%	27.4%	16.8%
Rezerwacja w biurze podróży	1.6%	4.5%	7.2%	14.5%	16.4%	18.5%
Brak odpowiedzi	1.6%	4.5%	3.7%	5.5%	4.7%	6.4%

Tab. L.G.2.2.: Rezerwacja zależnie od wykształcenia

rezerwacja / wykształcenie	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Niepełne wyższe	Wyższe
Rezerwacja przez telefon, faks lub e-mail	42.9%	36.4%	39.1%	41.2%	45.6%
Rezerwacja przez strony internetowe	28.6%	32.5%	46.2%	44.5%	43.4%
Rezerwacja w biurze podróży	21.4%	12.7%	8.4%	7.1%	7.3%
Brak odpowiedzi	7.1%	9.4%	6.1%	7.8%	3.7%

Pytanie G.4.: „Z jakich źródeł informacji turystycznej korzysta Pan/Pani na miejscu?”.

Tab. G.4.2.: źródła informacji na miejscu zależnie od wieku

źródła informacji in situ / wiek	15 i mniej	16-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60 i więcej
Centrum informacji turystycznej	50%	44.4%	33.9%	22.7%	33.3%	28%	12,9%
Internet	50%	55.6%	52.5%	47.0%	26.7%	40%	20.7%
Lokalne broszury	25%	49.9%	50.1%	37.9%	27 5%	34%	34.5%
Rodzina / przyjaciele	25%	22.2%	15.3%	16.7%	11.7%	16%	44.8%
Biuro podróży	0%	0%	0%	1.5%	1.7%	4%	3.5%
Gazety / czasopisma	0%	5.5%	5.1%	1.5%	2.3%	16%	13.8%
Przewodniki	0%	55.6%	44.1%	47.7%	43.3%	48%	51.7%
TV/Radio	0%	0%	1.7%	3.0%	0%	4%	6.9%
Przewodnik turystyczny (osoba)	0%	16.6%	13.6%	18.2%	25,8%	24%	27.6%
Inne	0%	0%	0%	1.0%	3.3%	2%	1,7%

Tab. G.4.2.: źródła informacji na miejscu zależnie od wykształcenia

źródła inf. in situ / wykształcenie	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Niepełne wyższe	Wyższe
Centrum informacji turystycznej	42.9%	14.3%	24.1%	44%	27.1%
Internet	57,1%	14.3%	41.6%	44%	40.7%
Lokalne broszury	35.8%	28.6%	33.6%	60%	45.8%
Przewodniki	35,8%	53.5%	34.4%	52%	53.4%
Rodzina / przyjaciele	14.3%	50%	18.1%	8%	17.3%
Biuro podróży	0%	0%	2.4%	4%	0.8%
Gazety / czasopisma	0%	0%	2.4%	16%	6.8%
TV/Radio	7.1%	7,1%	3.6%	4%	2.1%
Przewodnik turystyczny (osoba)	14.2%	28.6%	21.6%	24%	20.3%
Inne	0%	0%	0,6%	0%	5.1%

MODUŁ H

Pytanie H.4: Jaka jest Pana/Pani aktualna sytuacja zawodowa?"

Tab. L.H.4.1. Sytuacja zawodowa zależnie wieku

Sytuacja zawodowa / wiek	15 i mniej	16-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60 i więcej
Student / uczeń (proszę przejść do pytania H7)	100%	83.7%	32.2%	0%	0%	0%	0%
Pracownik firmy	0%	8,2%	57,82%	82.8%	68.3%	74%	10.4%
Własna firma	0%	0%	6.78%	14.2%	28.3%	12%	3.5%
Emeryt lub rencista (proszę przejść do pytania H7)	0%	0%	0%	0%	1.67%	8%	86.2%
Gospodyni domowa (proszę przejść do pytania H7)	0%	0%	0%	1.5%	0.8%	4%	0%
Bezrobotny (proszę przejść do pytania H7)	0%	8,1%	3,4%	1.5%	0.8%	2%	0%

Tab. L.H.4.2. Sytuacja zawodowa zależnie od wykształcenia

Sytuacja zawodowa / wykształcenie	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Niepełne wyższe	Wyższe
Student lub uczeń (proszę przejść do pytania H7)	57.1%	0%	10.8%	34%	4.2%
Bezrobotny (proszę przejść do pytania H7)	14.3%	0%	0.6%	0%	0%
Emeryt lub rencista (proszę przejść do pytania H7)	21.4%	35.7%	8.4%	4%	10.8%
Pracownik firmy / instytucji	7.10%	42.9%	67.5%	48%	64.8%
Własna firma	0%	14.4%	9.6%	14%	17.7%
Gospodyni domowa (proszę przejść do pytania H7)	0%	7.2%	1.8%	0%	2.5%

II. BADANIE TURYSTÓW ZWIEDZAJĄCYCH POJEDYNCZE OBIEKTY SP

(Wyniki ewaluacji kwestionariuszy „MEDIUM”).

MODUŁ B:

Pytanie B.1. „Jak określił(a) by Pan/i trafność poniższych stwierdzeń?”.

Podane w poszczególnych kategoriach cyfry wskazują średnią wysokość oceny, przypisanej przez osoby z danej grupy (wiekowej lub z danym cenzusem wykształcenia) do danych stwierdzeń. Różnice wynikające z wieku lub wykształcenia mogą być na podstawie tego zestawienia poddane bardziej szczegółowej analizie.

Tab. M.B.1.1. Motywacja odwiedzin miejsca w poszczególnych grupach wiekowych

motywacje / wiek	15 i mniej	16-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60 i więcej
[B.1.2] Odwiedzam to miejsce w celach rozrywkowych	3.0	3.1	3.2	2.9	2.7	2.2	2.1
[B.1.1] Odwiedzam to miejsce aby nauczyć się czegoś nowego	2.0	3.2	3.8	4.1	4	4.5	4.0
[B.1.4] Pragnę poczuć atmosferę tego miejsca	2.5	3.9	4.3	4.5	4.4	4.4	4.7
[B.1.5] Nastawiam się głównie na zobaczenie tego miejsca	3.7	3.5	3.8	4.1	4.0	3.9	3.9
[B.1.3] Pragnę dowiedzieć się więcej na temat kultury lub historii Polski/Wielkopolski	1.5	3.6	4.1	4.3	4.3	4.7	4.5

Tab. M.B.1.2. Motywacja odwiedzin miejsca w zależności od wykształcenia

motywacje / wykształcenie	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Niepełne wyższe	Wyższe
[B.1.2] Odwiedzam to miejsce w celach rozrywkowych	3.7	3.1	2.7	2.9	2.7
[B.1.4] Pragnę poczuć atmosferę tego miejsca	3.8	4.1	4.3	4.4	4.6
[B.1.5] Nastawiam się głównie na zobaczenie tego miejsca	3.8	3.2	3.8	3.8	3.7
[B.1.3] Pragnę dowiedzieć się więcej na temat kultury lub historii Polski/Wielkopolski	3.5	3.9	4.3	4.2	4.4
[B.1.1] Odwiedzam to miejsce aby nauczyć się czegoś nowego	3.1	3.5	4.1	3.8	4.1

MODUŁ C

Pytanie C.3. „Proszę wskazać 5 typów obiektów/wydarzeń, wartych zwiedzenia lub uczestnictwa, do których najprędzej podjąłby Pan(i) podróż w ramach urlopu/wakacji lub wolnego weekendu”

Tab. M.C.3.1.: Preferowane obiekty/ wydarzenia zależnie od: wieku

obiekt - wydarzenie / wiek	15 i mniej	16-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60 i więcej
zamki średniowieczne	88.9%	43.5%	53.2%	59.4%	66.7%	61.3%	45.8%
miejsca bitew	88.9%	30.4%	27.0%	23.8%	29.3%	17.7%	22.9%
stare fabryki	66.6%	8.7%	16.2%	6.9%	10.7%	4.8%	0%
zabytkowe pałace	66.6%	39.1%	45.1%	44.6%	54.7%	64.5%	68.8%
miejsca wydarzeń historycznych	55.5%	34.8%	23.4%	28.7%	34.7%	33.9%	37.5%
historyczne pomniki	33.3%	21.7%	15.3%	14.9%	10.7%	22.6%	25.0%
miejsca tradycyjnego rzemiosła	22.2%	13.0%	16.2%	5.9%	5.3%	14.5%	8.3%
miejsca nawiedzane przez duchy	22.2%	21.7%	16.2%	9.9%	11.3%	4.8%	2.1%
wydarzenia (zjazdy) religijne	11.1%	4.4%	2.7%	7.9%	8.7%	12.9%	16.7%
kursy języków obcych	11.1%	30.4%	10.8%	5.9%	5.3%	1.6%	4.2%
miejsca martyrologii wojennej	11.1%	8.7%	8.1%	13.9%	10.7%	11.3%	14.6%
festiwale filmu i kina	11.1%	26.1%	17.1%	9.9%	8.0%	4.8%	1.0%
wielkie miasta	11.1%	13.0%	19.8%	16.8%	13.3%	6.5%	6.3%
festiwale teatralne	0%	21.7%	6.3%	9.9%	9.3%	8.1%	0%
skanseny wsi	0%	8.7%	16.2%	21.7%	24.0%	21.2%	25.0%
zjazdy kolekcjonerów	0%	13.0%	6.3%	6.9%	5.3%	4.8%	0%
parki i ogrody	0%	34.8%	28.8%	22.8%	20%	33.9%	39.6%
wielkie miejskie galerie handlowe	0%	8.7%	8.1%	5.9%	2.7%	1.6%	4.2%
restauracje z tradycyjnym menu	0%	4.4%	9.9%	12.7%	14.7%	14.5%	8.3%
historyczne małe miasta	0%	8.7%	14.4%	13.9%	12.0%	14.5%	4.2%

udział w warsztatach artystycznych	0%	21.7%	15.3%	10.9%	9.3%	6.5%	8.3%
muzea i wystawy sztuki	0%	26.1%	26.1%	29.7%	21.3%	32.3%	41.7%
skanseny przemysłu	0%	8.7%	9.9%	5.9%	4.6%	8.1%	2.1%
tematyczne trasy turystyczne w miastach	0%	4.4%	16.2%	15.8%	18.7%	7.3%	6.3%
sanktuaria i historyczne kościoły	0%	13.0%	15.3%	29.7%	41.3%	41.9%	48.9%
regiony z ciekawym folklorem	0%	4.4%	9.0%	6.9%	12.0%	6.5%	8.3%
festiwale muzyki popularnej	0%	30.4%	18.9%	9.9%	4.0%	1.6%	0%
muzea i wystawy historyczne	0%	17.4%	18.0%	22.8%	17.3%	22.6%	18.8%
muzea techniki	0%	13.0%	12.6%	14.9%	10.7%	8.1%	1.0%
Inny	0%	1.1%	0.9%	1.0%	0%	0%	4.2%

Tab. M.C.3.2.: Preferowane obiekty / wydarzenia zależnie od wykształcenia

obiekt - wydarzenie / wykształcenie	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Niepełne wyższe	Wyższe
zamki średniowieczne	75.1%	45.6%	50.7%	61.4%	62.1%
zabytkowe pałace	66.8%	36.8%	51.4%	45.6%	56.6%
miejsca bitew	50.1%	42.1%	28.8%	15.8%	22.5%
parki i ogrody	41.8%	10.5%	24.0%	33.3%	29.1%
muzea i wystawy sztuki	33.5%	26.3%	26.7%	24.6%	32.4%
miejsca wydarzeń historycznych	25.0%	42.1%	31.5%	24.6%	32.4%
historyczne pomniki	25.0%	10.5%	22.6%	15.8%	13.2%
sanktuaria i historyczne kościoły	20.8%	31.6%	26.7%	33.3%	35.7%
miejsca martyrologii wojennej	16.7%	10.5%	11.6%	10.5%	10.4%
miejsca nawiedzane przez duchy	16.7%	15.8%	11.6%	12.3%	8.2%
udział w warsztatach artystycznych	16.7%	13.8%	10.3%	11.9%	11.0%
muzea i wystawy historyczne	16.7%	26.3%	24.2%	21.1%	18.1%
muzea techniki	16.7%	10.5%	11.6%	15.8%	7.7%
festiwale filmu i kina	12.4%	5.3%	11.0%	19.3%	7.7%
wydarzenia (zjazdy) religijne	12.4%	5.3%	11.6%	3.5%	7.1%
kursy języków obcych	8.3%	6.7%	11.0%	10.5%	3.3%
stare fabryki	8.3%	10.5%	6.9%	15.8%	8.8%
wielkie miasta	8.3%	5.3%	11.6%	21.1%	14.3%
skanseny wsi	8.3%	10.5%	22.6%	21.1%	20.9%
zjazdy kolekcjonerów	8.3%	10.5%	8.2%	5.3%	3.3%
historyczne małe miasta	8.3%	6.4%	12.3%	12.3%	14.3%
skanseny przemysłu	8.3%	1.4%	8.2%	7.0%	8.8%
restauracje z tradycyjnym menu	4.1%	3.5%	13.0%	11.4%	12.1%
festiwale teatralne	4.1%	5.3%	8.9%	8.7%	7.7%
tematyczne trasy turystyczne	4.1%	15.8%	15.8%	12.3%	11.5%

obiekt - wydarzenie / wykształcenie	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Niepełne wyższe	Wyższe
styczne w miastach					
miejsca tradycyjnego rze- miosła	4.1%	10.5%	13.0%	10.5%	9.3%
wielkie miejskie galerie handlowe	4.1%	18.4%	4.8%	3.5%	4.4%
festiwale muzyki popular- nej	0%	26.3%	12.3%	19.3%	5.5%
regiony z ciekawym folklo- rem	4.1%	5.3%	4.8%	7.0%	12.1%
Inny	0%	3.5%	0.7%	0.8%	1.7%

Pytanie D.3.: Jaki rodzaj noclegu wybrał/-a Pan/Pani podczas tej wycieczki?''.

Tab. M.D.3.1: typ noclegu zależnie od wieku

typ noclegu / wiek	15 i mniej	16- 19	20- 29	30- 39	40- 49	50- 59	60 i więcej
Apartament	0%	0%	1.8%	3.6%	1.8%	3.9%	0.9%
Własne mieszkanie / dom wakacyjny	0%	2.4%	1.8%	3.6%	2.7%	1.6%	1.4%
Hotel	12.5%	7.4%	9.0%	17.8%	19.4%	15.6%	13.4%
Motel	0%	0.9%	2.9%	4.0%	4.0%	1.6%	1.1%
Pensjonat / pokój w pry- watnym domu	25.0%	14.4%	19.5%	25.0%	24.7%	26.1%	16.3%
Przyczepa campingowa / namiot / camper	6.2%	13.0%	14.5%	10.2%	6.4%	3.9%	2.1%
U rodziny lub przyjaciół	12.5%	10.7%	18.5%	14.9%	11.3%	14.9%	15.6%
Hostel / schronisko tury- styczne	25.0%	16.4%	18.7%	13.0%	9.7%	3.6%	3.2%
Jeszcze nie wiem	12.5%	9.5%	8.6%	7.2%	6.3%	5.6%	2.8%
Inny lub brak odpowiedzi	6.5%	4.5%	1.5%	4.0%	0%	3.2%	2.3%

Tab. M.D.3.2.: typ noclegu zależnie od wykształcenia

typ noclegu / wykształce- nie	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Niepełne wyższe	Wyższe
U rodziny lub przyjaciół	16.7%	13.3%	15.6%	15.7%	15.8%
Hotel	8.3%	13.3%	17.4%	9.6%	21.9%
Pensjonat / pokój w pry- watnym domu	8.3%	19.5%	26.6%	32.5%	23.6%
Przyczepa campingowa / namiot / camper	16.7%	12.5%	8.2%	11.4%	8.1%
Apartament	0%	2.5%	1.4%	1.8%	2.2%
Własne mieszkanie / dom wakacyjny	0%	1.2%	2.1%	1.8%	3.3%
Motel	8.3%	2.2%	2.6%	1.8%	3.3%
Hostel / schronisko tury- styczne	16.7%	19%	16.2%	17.5%	10.5%
Jeszcze nie wiem	16.7%	10.6%	6.4%	3.5%	7.7%
Inny lub brak odpowiedzi	8.3%	5.7%	3.4%	3.5%	3.4%

Pytanie D.4. „Czy podczas ostatnich (12 miesięcy) zwiedzał/a Pan(i) lub podczas tego roku ma zamiar zwiedzić poniższe obiekty oraz brał/-a udział w poniższych wydarzeniach kulturalnych? Proszę zaznaczyć te, przy których odpowiedź brzmi ”tak”

Tab. M.D.4.1.: Zwiedzanie / udział w kulturze zależnie od wieku

zwiedzanie - udział / wiek	15 i mniej	16-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60 i więcej
Miejsca kultu religijnego	100%	39.1%	30.6%	43.6%	50.7%	69.4%	68.8%
Miejsca historyczne	100%	34.8%	56.8%	63.4%	62.7%	61.3%	58.3%
Kino	100%	58.7%	67.6%	50.5%	53.3%	50%	29.2%
Międzynarodowe imprezy muzyczne	100%	28.3%	24.3%	16.8%	12.0%	14.5%	8.3%
Muzea	66.5%	43.5%	60.4%	68.3%	64.0%	72.6%	56.3%
Zabytki	66.5%	56.5%	71.3%	73.3%	76.1%	75.2%	77.0%
Galerie sztuki	0%	21.7%	26.1%	26.7%	25.3%	41.9%	22.9%
Teatry	0%	26.1%	26.1%	28.7%	29.3%	37.1%	12.5%
Centra dziedzictwa i/lub rzemiosła	12.5%	8.7%	16.2%	16.8%	17.3%	19.4%	18.8%
Koncerty muzyki pop	50%	39.1%	21.6%	19.8%	14.7%	12.9%	4.2%
Koncerty muzyki klasycz- nej	12.5%	8.7%	7.2%	8.9%	16.0%	25.8%	14.6%
Imprezy taneczne	25.0%	47.8%	24.3%	16.8%	8.0%	19.4%	12.5%
Festiwale lokalne	0%	30.4%	32.4%	24.8%	24.0%	29.0%	22.9%
Inne	12.3%	2.2%	0.9%	2.0%	1.3%	1.2%	4.3%

Tab. M.D.4.2.: Zwiedzanie / udział w kulturze zależnie od wykształcenia

zwiedzanie - udział / wykształcenie	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Niepełne wyższe	Wyższe
Zabytki	66.7%	31.6%	71.2%	70.2%	79.7%
Miejsca kultu religijnego	41.7%	26.3%	44.5%	42.1%	56.6%
Muzea	33.3%	42.1%	61.0%	61.4%	70.3%
Miejsca historyczne	25.0%	42.1%	54.1%	59.7%	67.0%
Międzynarodowe imprezy muzyczne	25.0%	5.3%	14.4%	22.8%	18.7%
Imprezy taneczne	25.0%	10.5%	26.0%	24.6%	12.1%
Galerie sztuki	16.7%	21.1%	23.3%	28.1%	32.4%
Kino	16.7%	47.4%	54.1%	59.7%	54.4%
Festiwale lokalne	16.7%	26.3%	23.3%	35.1%	29.1%
Centra dziedzictwa i/lub rzemiosła	8.3%	10.5%	17.8%	10.5%	18.7%
Koncerty muzyki pop	8.3%	15.8%	15.8%	31.6%	15.9%
Teatry	4.1%	10.5%	21.9%	24.6%	35.2%
Koncerty muzyki klasycz- nej	0%	5.3%	13.7%	10.5%	14.3%
Inne	4.1%	5.3%	2.1%	0%	1.7%

MODUŁ G:**Pytanie G.1. W jaki sposób zorganizował/-a Pan/Pani swój przyjazd i pobyt?****Tab. M.G.1.1.: Organizacja przyjazdu i pobytu zależnie od wieku**

organizacja przyjazdu i pobytu/ wiek	15 i mniej	16-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60 i więcej
Bez wcześniejszej rezerwacji (proszę przejść do pytania G3)	66.6%	59.2%	68.7%	62.9%	63.5%	49.2%	59.5%
Przejazd i zakwaterowanie rezerwowane oddzielnie	33.3%	38.5%	29.9%	34.9%	33.4%	45.6%	29.8%
Pakiet rezerwacji (proszę przejść do pytania G3)	0%	13.1%	1.4%	2.2%	3.1%	5.2%	10.7%

Tab. M.G.1.2.: Organizacja przyjazdu i pobytu zależnie od wykształcenia

organizacja przyj. i pobytu / wykształcenie	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Niepełne wyższe	Wyższe
Bez wcześniejszej rezerwacji (proszę przejść do pytania G3)	55.1%	65.2%	63.4%	66.2%	55.3%
Przejazd i zakwaterowanie rezerwowane oddzielnie	41.7%	30.5%	32.5%	30.3%	39.9%
Pakiet rezerwacji (proszę przejść do pytania G3)	3.2%	4.3%	4.1%	3.5%	4.8%

Pytanie G.2. "Jeśli dokonał/-a Pan/Pani wcześniejszej rezerwacji przejazdu i/lub zakwaterowania, to jaką formę rezerwacji Pan/Pani wybrał/-a:"**Tab. M.G.2.1.: Rezerwacja zależnie od wieku**

Sposób rezerwacji / wiek	16-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60 i więcej
Rezerwacja przez strony internetowe	44.7%	51.9%	45.3%	42.9%	37.4%	26.2%
Rezerwacja w biurze podróży	5.1%	1.2%	0.9%	2.5%	3.6%	8.1%
Rezerwacja przez telefon, faks lub e-mail	46.7%	44.7%	41.9%	52.9%	56.8%	62.6%
Brak odpowiedzi	3.5%	2.2%	1.9%	1.7%	2.2%	3.1%

Tab. M.G.2.2.: Rezerwacja zależnie od wykształcenia

Sposób rezerwacji / wykształcenie	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Niepełne wyższe	Wyższe
Rezerwacja przez strony internetowe	40.0%	39.8%	41.7%	50.1%	48.1%
Rezerwacja przez telefon, faks lub e-mail	55.0%	50.1%	54.8%	46.2%	47.7%
Rezerwacja w biurze podróży	0%	5.3%	1.4%	1.8%	3.3%
Brak odpowiedzi	5.0%	4.8%	2.1%	1.9%	1.9%

Pytanie G.3. „Z jakich źródeł informacji turystycznej korzystał/-a Pan/Pani zbierając informacje o tym miejscu przed przybyciem?”**Tab. M.G.3.1.: Źródła informacji przed wyjazdem zależnie od wieku**

źródła informacji przed. wyj./ wiek	15 i mniej	16-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60 i więcej
Internet	90.0%	63.1%	64.9%	64.2%	61.2%	66.1%	37.5%
Rodzina / przyjaciele	55.0%	60.9%	47.8%	35.4%	45.3%	21.6%	32.2%

Poprzednia wizyta	5.0%	17.4%	18.9%	25.8%	17.3%	19.4%	22.9%
Informacja turystyczna	5.0%	0%	10.8%	10.8%	5.3%	17.6%	10.4%
Biuro podróży	0%	2.2%	0.9%	0.6%	1.0%	1.2%	3.7%
TV / Radio	5.0%	4.4%	5.4%	3.0%	9.3%	12.9%	6.3%
Gazety / czasopisma	0%	0%	3.6%	8.9%	16.0%	12.9%	14.6%
Broszury touroperatorów / katalogi biur podróży	0%	0%	1.8%	2.1%	3.0%	3.2%	4.2%
Przewodniki	15.0%	4.4%	15.3%	25.7%	26.7%	33.9%	22.9%
Inne	5.0%	4.4%	5.4%	3.0%	5.3%	21.0%	16.7%

Tab. M.G.3.2. Źródła informacji przed wyjazdem zależnie od wykształcenia

źródła inf. przed. wyj. / wykształcenie	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Niepełne wyższe	Wyższe
Rodzina / przyjaciele	50%	42.1%	39.0%	50.9%	35.2%
Internet	41.7%	36.8%	59.6%	66.7%	62.6%
Poprzednia wizyta	33.3%	5.3%	17.8%	19.3%	23.6%
Biuro podróży	8.3%	0%	0%	3.5%	0%
TV / Radio	8.3%	10.5%	7.5%	7.0%	5.5%
Przewodniki	8.3%	21.1%	17.8%	26.3%	26.4%
Informacja turystyczna	0%	5.3%	8.9%	21.1%	9.9%
Gazety / czasopisma	0%	5.3%	12.3%	7.0%	9.3%
Broszury touroperatorów / katalogi biur podróży	0%	0%	1.4%	1.8%	3.9%
Inne	0%	26.3%	7.5%	3.5%	9.3%

Pytanie G.4. „Z jakich źródeł informacji turystycznej korzysta Pan/Pani na miejscu?”

Tab. M.G.4.1.: Źródła informacji in situ zależnie od wieku

źródła inf. in situ / wiek	15 i mniej	16-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60 i więcej
Internet	70.0%	37.1%	35.1%	37.6%	30.5%	27.4%	16.7%
Lokalne broszury	30.0%	30.4%	30.2%	26.7%	27.0%	34.3%	25.0%
Przewodniki	75.0%	19.4%	32.6%	28.7%	32.4%	38.1%	34.3%
Rodzina / przyjaciele	45%	47.8%	30.6%	29.7%	31.0%	22.6%	20.8%
Centrum informacji turystycznej	20%	8.7%	25.2%	22.9%	13.7%	14.3%	15.6%
Biuro podróży	0.0%	4.4%	0.9%	0%	1.3%	1.6%	0%
Gazety / czasopisma	5.0%	8.7%	5.4%	5.0%	4.0%	0%	6.3%
TV/Radio	0.0%	0%	2.7%	3.0%	4.0%	0%	0%
Przewodnik turystyczny (osoba)	15.0%	4.4%	11.7%	12.9%	20%	21.0%	18.8%
Inne	5.0%	17.4%	3.6%	2.0%	4.0%	8.1%	12.5%

Tab. M.G.4.2.: Źródła informacji in situ zależnie od wykształcenia

źródła inf. in situ / wy- kształcenie	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Niepełne wyższe	Wyższe
Internet	33.3%	10.5%	24.0%	40.4%	36.0%
Rodzina / przyjaciele	41.7%	47.4%	31.5%	29.8%	26.9%
Lokalne broszury	25.0%	24.3%	32.3%	27.1%	3.1%
Centrum informacji tury- stycznej	16.7%	8.3%	15.8%	24.8%	19.8%
Przewodniki	16.7%	15.8%	28.1%	36.8%	37.4%

Inne	16.7%	15.8%	7.5%	5.3%	2.8%
Biuro podróży	12.7%	0%	0%	0%	1.7%
Przewodnik turystyczny (osoba)	9.7%	12.3%	12.3%	14.5%	22.7%
TV/Radio	8.3%	5.3%	1.4%	1.8%	2.2%
Gazety / czasopisma	0%	0%	4.8%	5.3%	3.9%

III. BADANIE ODWIEDZAJĄCYCH OBIEKTY ZAMIESZKAŁYCH W OKOLICY (Wyniki ewaluacji kwestionariuszy „Short”)

MODUŁ B

Pytanie B.1. „*Jak określił(a) by Pan/i trafność poniższych stwierdzeń?*”.

Cyfry podane w poszczególnych kategoriach wskazują średnią wysokość oceny, przypisanej przez osoby z danej grupy (wiekowej lub z danym cenzusem wykształcenia) do poszczególnych stwierdzeń.

Tab. S.B.1.1. Motywacja odwiedzin miejsca w poszczególnych grupach wiekowych

motywacje / wiek	15 i mniej	16-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60 i więcej
[B.1.4] Pragnę poczuć atmosferę tego miejsca	4.7	3.9	3.9	4.2	4.2	4.2	4.7
[B.1.3] Pragnę dowiedzieć się więcej na temat kultury lub historii Polski/Wielkopolski	5	3.5	3.8	3.8	4.3	4.1	4.3
[B.1.1] Odwiedzam to miejsce aby nauczyć się czegoś nowego	4.7	3.6	3.5	3.6	3.7	4	4.3
[B.1.5] Nastawiam się głównie na zobaczenie tego miejsca	5	3.9	3.4	3.7	3.3	3.7	3.9
[B.1.2] Odwiedzam to miejsce w celach rozrywkowych	4	3.3	3.1	3.4	2.6	2.6	2.1

Tab. S.B.1.2. Motywacja odwiedzin miejsca w zależności od wykształcenia

motywacje / wykształcenie	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Niepełne wyższe	Wyższe
[B.1.4] Pragnę poczuć atmosferę tego miejsca	4.1	3.8	4.1	4.4	4.3
[B.1.3] Pragnę dowiedzieć się więcej na temat kultury lub historii Polski/Wielkopolski	3.8	3.9	3.9	4.1	4.1
[B.1.1] Odwiedzam to miejsce aby nauczyć się czegoś nowego	3.9	3.6	3.6	4.0	3.8
[B.1.5] Nastawiam się głównie na zobaczenie tego miejsca	4.2	3.5	3.7	3.5	3.4
[B.1.2] Odwiedzam to miejsce w celach rozrywkowych	3.1	2.6	3.1	2.8	2.9

Załącznik 12.

Lista osób, z którymi przeprowadzono Wywiady Eksperckie na temat Szlaku Piastowskiego

- WE-1 Bartosz Małolepszy, pracownik merytoryczny. Centrum Turystyki Kulturowej „Trakt”, Poznań.
- WE-2 Ireneusz Szwarc, proboszcz Archikatedry Poznańskiej - Administrator formalnego obiektu Szlaku Piastowskiego.
- WE-3 Jacek Wrzesiński, Przewodniczący Organizacji Turystycznej Szlak Piastowski, koordynatora Szlaku Piastowskiego.
- WE-4 Bartosz Kobos, asystent Burmistrza MiG Krzywiń, odpowiada m.in. za promocje turystyczną i organizację turystyki.
- WE-5 Włodzimierz Łęcki, krajoznawca, autor przewodników po Szlaku Piastowskim.
- WE-6 Urszula Łomnicka, przewodnik po Szlaku Piastowskim, mieszkaniec gminy Łubowo, właściciel gospodarstwa agroturystycznego.
- WE-7 Agnieszka Rzepala-Chmielewska, Dyrektor Wydziału Promocji i Rozwoju Starostwa Powiatowego w Gnieźnie
- WE-8 Ks. Jan Kasprowicz, proboszcz bazyliki archikatedralnej i kustosz
- WE-9 Bartosz Przybyła, kustosz w Muzeum Archidiecezjalnym w Gnieźnie
- WE-10 Mateusz Wrzesiński, pracownik Biura Informacji Turystycznej w Gnieźnie, specjalista ds. promocji.
- WE-11 Joanna Stryjakowska, podinspektor ds. współpracy z organizacjami pozarządowymi i pozyskiwania funduszy w Trzemesznie
- WE-12 Jan Mazurczak, dyrektor PLOT w Poznaniu.
- WE-13 Andrzej Łącki, pracownik Wydziału Kultury, Turystyki i Sportu Urzędu Miasta w Koninie.
- WE-14 Zdzisław Kuczma, Wójt gminy Gąsawa.
- WE-15 Konieczna Maria, informator w punkcie informacji miejskiej w Żninie.
- WE-16 Grażyna Pejtel-Gąsiorowska, opiekun zbiorów pełniący funkcję przewodnika.
- WE-17 Natalia Sulanowska. Specjalista ds. ochrony przyrody i edukacji zespołu Parków Krajobrazowych Województwa Wielkopolskiego.
- WE-18 Terasa Krysztofiak, kierownik Rezerwatu Archeologicznego Gród Piastowski w Gieczu (Grodziszczku).
- WE-19 Zbigniew Dzierżyński, prezes Towarzystwa Przyjaciół Grodu w Grzybowie.
- WE-20 Barbara Matuszewska-Biniskiewicz, dyrektor Ośrodka Kultury w Pobiedziskach.
- WE-21 Damian Rybak, przewodnik obiektowy w Strzelnie, przewodnik po Szlaku Piastowskim.
- WE-22 Ksiądz Andrzej Panasiuk, proboszcz parafii św. Jana Apostoła w Mogilnie
- WE-23 Joanna Lipińska, dyrektor sieci hotelowej "Pietrak".
- WE-24 Przemysław Majchrzak, wójt gminy Wągrowiec.
- WE-25 Urszula Stańczyk, Inspektor do spraw Turystyki w Informacji Turystycznej we Włocławku.
- WE-26 Piotr Maciejewski. Właściciel Zajazdu "Łokietek" w Płowcach.
- WE-27 Leszek Ołdyński, sekretarz gminy Brześć Kujawski.
- WE-28 Ireneusz Juszczynki, proboszcz parafii św. Stanisława w Brześciu Kujawskim.
- WE-29 Marcin Kruska, specjalista do spraw turystyki w Inowrocławskiej Lokalnej Informacji Turystycznej.
- WE-30 Agnieszka Konefał, prezes Stowarzyszenia „Aurea Tempora”.
- WE-31 Marta Łazarek. Centrum Informacji Turystycznej w Kaliszu
- WE-32 Marcin Magiliński, p.o. kierownika rezerwatu Archeologicznego w Kaliszu.