

Powiat poznański posiada także dwie strony internetowe: www.powiat.poznan.pl oraz www.pfpp.com.pl. Pierwsza z nich to ogólna strona powiatu, która skierowana jest zarówno do mieszkańców poszukujących informacji nt. możliwości załatwienia swoich spraw, kontaktu z urzędem etc., oraz posiadająca informacje nt. atrakcji turystycznych powiatu. Druga z kolei strona to Portal Firm Powiatu Poznańskiego i skierowana jest do przedsiębiorców z regionu. Oferuje ona informacje na temat wydarzeń gospodarczych, szkoleń, targów, programów unijnych etc. Strona także oferuje możliwość dodania danych firmy do bazy danych.

ANALIZA SYTUACJI KONKURENCYJNEJ

Analiza sytuacji konkurencyjnej powiatu poznańskiego została przeprowadzona w oparciu o analizę danych zastanych. Konkurencyjność wobec powiatu poznańskiego należy analizować na kilku płaszczyznach, przede wszystkim na poziomie gospodarczym i turystycznym, albowiem to właśnie w tych aspektach istnieje największa konkurencja w najbliższym otoczeniu.

Powiat poznański otaczający pierścieniem Poznań stanowi dla niego naturalne zaplecze. Jednocześnie obie te struktury konkurują ze sobą na wielu płaszczyznach, przede wszystkim w wymienionych wcześniej aspektach gospodarczych oraz turystycznym. Poznań, będący jednym z największych miast Polski, jest jednocześnie jednym z największym ośrodków gospodarczych kraju i w naturalny sposób przyciąga nowych inwestorów. Jest to zatem największa konkurencja dla powiatu poznańskiego pod względem promocji gospodarczej. Jednakże powiat poznański ma do zaoferowania olbrzymie tereny inwestycyjne, dzięki czemu stanowi dla miasta dużą konkurencję w pozyskiwaniu nowych inwestorów. Sprawna promocja oraz współpraca z Poznaniem może sprawić, że powiat poznański stanie się zapleczem dla wielu firm inwestujących w Poznaniu.

Poznań jest także największą konkurencją powiatu pod względem turystycznym. Poznań od wielu lat znajduje się w pierwszej piątce najchętniej odwiedzanych miast przez turystów zagranicznych, czemu niewątpliwie sprzyja targowy charakter miasta oraz wiele imprez o charakterze gospodarczym i kulturalnym. Niewątpliwie powiat poznański nie może pod tym względem stanowić dla Poznania konkurencji. Powiat poznański powinien skierować swoje działania na współpracę ze strukturami miasta w celu jak najlepszej promocji.

Ponadto powiat poznański graniczy z dziesięcioma innymi powiatami, czyli gnieźnieńskim, wrzesińskim, średzkim, śremskim, kościańskim, obornickim, grodziskim, szamotulskim, nowotomyskim oraz wągrowieckim. Powiaty te, choć nie dorównują Poznaniowi pod względem potencjału gospodarczego i turystycznego, także stanowią dla powiatu poznańskiego potencjalne zagrożenie, z uwagi na siedzibę władz powiatu, w mieście, stolicy powiatu lub duże

nagromadzenie atrakcji przyrodniczych.

Analiza sytuacji konkurencyjnej powinna opierać się na dwóch rodzajach otoczenia:

- **Otoczenie bliższe** – ma charakter głównie podmiotowy. W jego skład wchodzi:
 - konsumenci (klienci)
 - konkurenci (czyli inne podmioty oferujące te same produkty, bądź zaspokajające te same potrzeby)
- **Otoczenie dalsze (globalne)** – ma charakter głównie przedmiotowy. W jego skład wchodzi m.in. elementy o charakterze:
 - politycznym (wybory, zmiany władzy politycznej w państwie, wojny)
 - ekonomicznym (gospodarczym, np. zasoby naturalne)
 - koniunktury gospodarczej (światowe zmiany cen, stopy procentowe, podatki, itp.)
 - społeczne (zmiany demograficzne, wykształcenie, itp.)

Otoczenie bliższe	Otoczenie dalsze
Klienci: mieszkańcy, turyści, przedsiębiorcy, inwestorzy	Elementy polityczne: nieodległe wybory samorządowe
Konkurenci: Poznań oraz powiaty otaczające powiat poznański (gnieźnieński, wrzesiński, średzki, śremski, kościański, obornicki, grodziski, szamotulski, nowotomyski, wągrowiecki)	Elementy ekonomiczne: silne oddziaływanie Poznania Elementy społeczne: negatywne - starzenie się społeczeństwa, pozytywne – dodatni współczynnik migracji