



Regionalny Konkurs na Najlepszy Produkt Turystyczny 2011





Regionalny Konkurs na Najlepszy Produkt Turystyczny

Patroni:





Idea konkursu



Konkurs ma na celu wyłonienie w danym roku najbardziej atrakcyjnych, nowatorskich i przyjaznych dla turystów produktów turystycznych oraz ich popularyzację, a także wspieranie inicjatyw regionalnych i lokalnych, których efektem jest tworzenie produktów turystycznych.



Definicja produktu turystycznego



W ramach Konkursu przyjmowane są zgłoszenia zgodne z definicją **produktu turystycznego** w poniższych kategoriach:

- **Produkt turystyczny – Wydarzenie** – charakteryzuje się dużą spójnością tematyczną, organizacyjną oraz konkretnym umiejscowieniem w czasie i przestrzeni.
- **Produkt turystyczny – Impreza** – składa się z kilku usług lub usług i dóbr materialnych (rzeczy) oferowanych przez organizatorów turystyki.
- **Produkt turystyczny – Obiekt** – charakteryzuje się występowaniem jednej głównej atrakcji (usługi) i dodatkowo kilku usług towarzyszących skupionych w jednym miejscu (obiekcie) mający z punktu widzenia kartograficznego charakter punktowy.
- **Produkt turystyczny – Szlak** – składa się z wielu miejsc lub obiektów związanych z pewną nadrzędną ideą, połączonych ze sobą wytyczoną, zwykle oznakowaną trasą.
- **Produkt turystyczny – Obszar** – wewnętrznie złożony zbiór elementów wyróżnionych ze względu na swoją konkretna lokalizację w przestrzeni, charakteryzującą się walorami turystycznymi.

Na podstawie książki autorstwa Jacka Kaczmarka, Andrzeja Stasiaka, Bogdana Włodarczyka – „Produkt turystyczny”



Kryteria Konkursu na Najlepszy Produkt Turystyczny

1. Atrakcyjność produktu turystycznego z punktu widzenia turystów (ocena własna członka Kapituły na podstawie doświadczenia zawodowego w turystyce)	0-5
2. Oddziaływanie na zjawisko sezonowości (termin realizacji i długość funkcjonowania produktu w ciągu roku)	0-12
3. Dostępność, różnorodność, spójność oferty turystycznej produktu turystycznego na rynku turystycznym w kraju i za granicą (stopień komercjalizacji produktu turystycznego)	0-10
4. Efektywność montażu finansowego na rozwój produktu (m.in. różnorodność źródeł i sposobów finansowania, wielkość nakładów)	0-5
5. Dynamika ruchu turystycznego związana z produktem turystycznym	0-15
6. Zgodność ze Strategią Marketingową Polski oraz regionalnymi programami rozwoju produktów turystycznych	0-5
7. Sposób funkcjonowania i perspektywy dalszego rozwoju (m.in. kwestie własności, zarządzania, współpracy – sieciowość)	0-10
8. Generowanie rozwoju ekonomicznego obszaru produktu turystycznego	0-5
9. Przygotowanie formalne wniosku	0-3
	Max 70

