

**WARSZTATY STRATEGICZNE PT. INWENTARYZACJA  
I ANALIZA WALORÓW NATURALNYCH POWIATU  
KLUCZBORSKIEGO W KONTEKŚCIE ROZWOJU TURYSTYKI  
NA ANALIZOWANYM OBSZARZE  
W RAMACH  
SEKTOROWEJ STRATEGII ROZWOJU TURYSTYKI NA  
OBSZARACH WIEJSKICH W GMINACH: KLUCZBORK,  
BYCZYNA, WOŁCZYN I LASOWICE WIELKIE**



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach SPO "Restrukturyzacja i modernizacja sektora żywnościowego i rozwój obszarów wiejskich 2004-2006", działanie 2.7., Pilotażowy Program Leader +.

**Bogdańczowice, 16 luty 2006 r.**

**WARSZTATY STRATEGICZNE PT. INWENTARYZACJA I ANALIZA WALORÓW  
NATURALNYCH POWIATU KLUCZBORSKIEGO W KONTEKŚCIE ROZWOJU  
TURYSTYKI NA ANALIZOWANYM OBSZARZE**

**BUDOWA PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH W OPARCIU O WALORY NATURALNE**

***Uczestnicy:*** przedstawiciele władz samorządowych, organizacji pozarządowych, przedsiębiorców, właściciele gospodarstw agroturystycznych, lokalni liderzy, członkowie Lokalnej Grupy Działania.

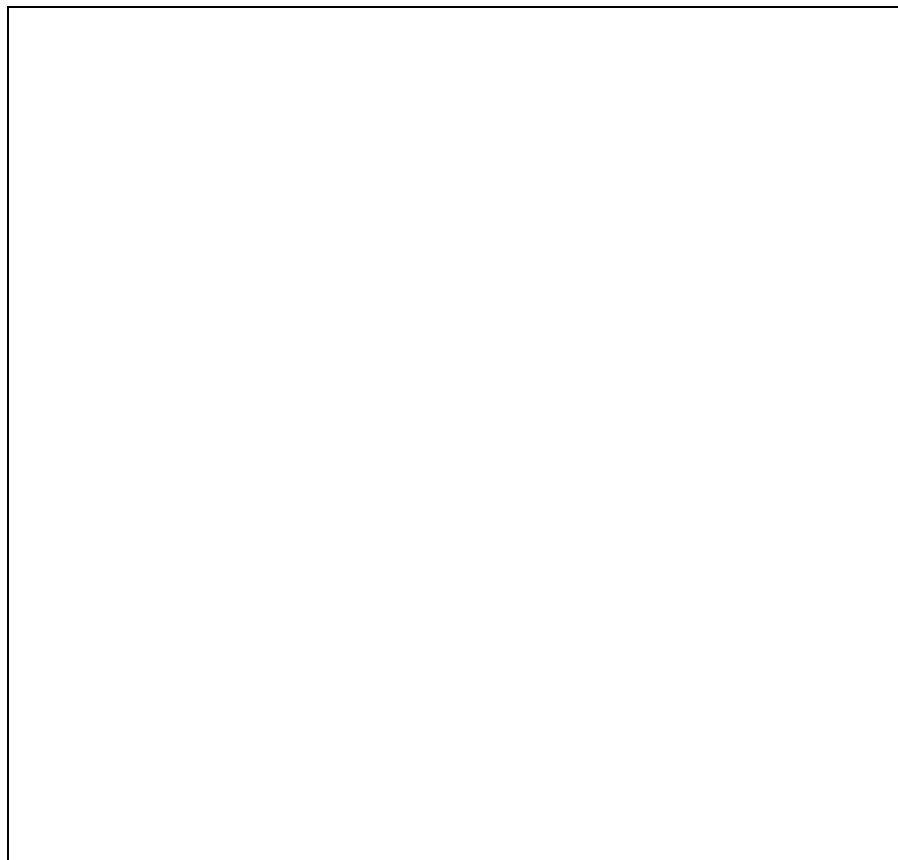
***Forma:*** krótka prezentacja, zajęcia warsztatowe, dyskusje.

***Cel:*** określenie potencjału, obecnych problemów, potrzeb, możliwości rozwoju, rodzajów infrastruktury; wygenerowanie pomysłów na produkty turystyczne oparte o potencjał walorów naturalnych.

## Ćwiczenie 1

**Walory naturalne – przegląd posiadanego potencjału.**

Atrakcyjność  
dla turysty



## Ćwiczenie 2

**Walory naturalne – co nas wyróżnia. Określ te walory, które są unikalne, charakterystyczne dla miejsca oraz które cechują – wyróżniają Twoją gminę / region<sup>1</sup> (odrębnie).**

Unikalność,  
indywidualny  
charakter

|                                                                                    |               |
|------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
|  | <u>Gmina</u>  |
|                                                                                    | <u>Region</u> |

**Mój region słynie z .....**  
.....

**Silną stroną, atutem mojego regionu, jest .....**  
.....

**Dominującą rolę wśród walorów naturalnych posiadają .....**  
.....

**To, co jest unikalne wśród walorów naturalnych to .....**  
.....

---

<sup>1</sup> Region – obszar objęty projektem, obszar wszystkich czterech gmin.

### Ćwiczenie 3

**W jaki sposób wykorzystujemy nasze walory naturalne? Jaką tworzymy ofertę i infrastrukturę?**

#### **Obszary cenne przyrodniczo objęte ochroną prawną**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

#### **Szlaki turystyczne**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

#### **Obiekty sportowo-rekreacyjne**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**Ekologia**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**Walory uzdrowiskowe**

.....

.....

.....

.....

.....

**Sieć hydrograficzna**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

## Ćwiczenie 4

**Jakich walorów nie wykorzystujemy i dlaczego? Jakie są bariery? (w tym prawne uwarunkowania rozwoju turystyki na obszarach chronionych).**

[illegible]



## Ćwiczenie 5

**Do kogo obecnie kierujemy naszą ofertę opartą na walorach naturalnych?  
Jakie formy turystyki rozwijamy obecnie?**

Najważniejszy  
segment

| <u>Segmenty</u>                  | <u>Główne motywy, determinanty przyjazdów</u> | <u>Specyficzne potrzeby wskazanych grup</u> |
|----------------------------------|-----------------------------------------------|---------------------------------------------|
| <u>Rozwijane formy turystyki</u> |                                               |                                             |

**Najważniejszy obecnie segment to**

- w kraju .....
- za granicą .....

**Główny motyw przyjazdu turystów to.....**  
.....

## Ćwiczenie 6

**Do kogo będziemy kierować istniejącą i nową ofertę opartą na walorach turystycznych? Jakie są nasze potencjalne segmenty docelowe?**

Najważniejszy  
segment docelowy

| <u>Segmenty docelowe</u>         | <u>Główne motywy, determinanty przyjazdów</u> | <u>Specyficzne potrzeby wskazanych grup</u> |
|----------------------------------|-----------------------------------------------|---------------------------------------------|
| <u>Rozwijane formy turystyki</u> |                                               |                                             |

**Jakie działania musimy podjąć, aby zbudować nową ofertę turystyczną?**

- Przestrzeń turystyczna (w tym infrastruktura, dostępność).
- Zasoby ludzkie (jakość, ilość).
- Finansowanie.
- Otoczenie instytucjonalne (organizacje samorządowe, współpraca z władzami samorządowymi – szczebel lokalny i regionalny, uwarunkowania prawne rozwoju turystyki na obszarach cennych przyrodniczo objętych ochroną prawną).

.....

.....

.....

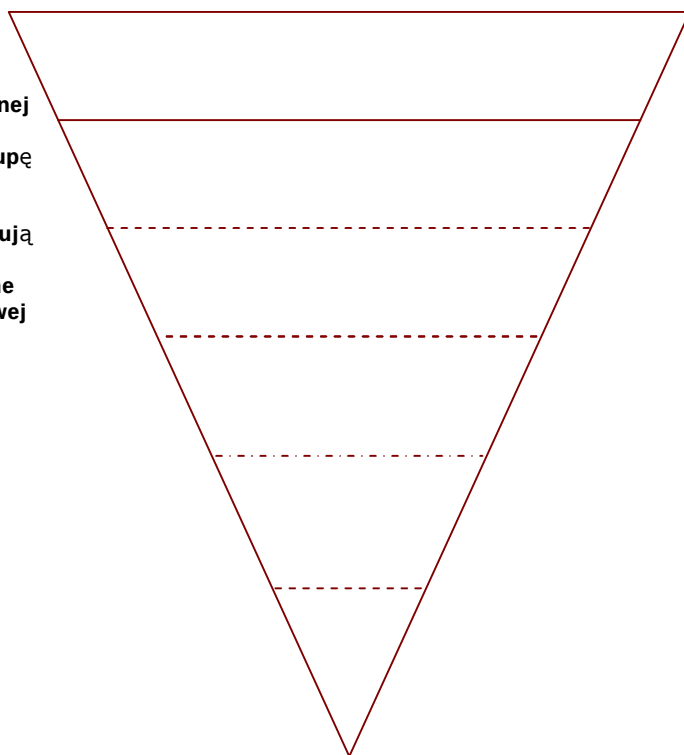


## Ćwiczenie 7

**Określ hierarchię docelową segmentów rynku (obecne + potencjalne).**

**Górna część odwróconej  
piramidy określa  
najatrakcyjniejszą grupę  
turystów**

**Na samym dole znajdują  
się segmenty  
uzupełniające, ważne  
m.in. dla kompleksowej  
oferty regionu**



## Ćwiczenie 8

**Określ ideę, koncepcję dla nowych propozycji produktów w oparciu o posiadane walory naturalne, zdefiniuj podstawowe przesłanie marki.**

**- Nazwa robocza**

.....  
.....  
.....

**- Hasło twórcze, deklaracja produktu (co ma zrobić / zmienić / w czym pomóc?)**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**- Miejsce**

.....  
.....  
.....

**- Wiodące segmenty**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**- Przedstaw w kilku zdaniach główną ideę produktu oraz zaprojektuj unikalną filozofię, formułę jego funkcjonowania**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**- Określ i wskaż główne wyróżniki produktu i jego silne strony powiązane z jego tożsamością i oczekiwaniami innych**

.....  
.....  
.....

.....  
.....  
.....

- **Wskaż partnerów do realizacji projektu (kto może Ci pomóc, z kim warto podjąć współpracę?)**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

- **Określ główne działania, które musisz podjąć, aby wykreować produkt (infrastruktura, promocja, usługi, imprezy).**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

- **Określ główne bariery powstania produktu (co może zagrozić, przeszkodzić Twojemu pomysłowi? Kto może mieć inne interesy, być Twoim adwersarzem?)**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....