



Unia Europejska



Ministerstwo Rolnictwa
i Rozwoju Wsi



Fundacja Programów
Pomocy dla Rolnictwa

Koncepcja Rozwoju Produktów Turystycznych „Polesie – naturalny wybór”

Projekt:

Rozwój turystyki nadbużańskich obszarów wiejskich Włodawa i okolice

Projekt jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej.

Zlecniodawca:

Gmina Włodawa

Al. Jana Pawła II 22
22-200 Włodawa



Opracowanie:

LEM Projekt Sp. z o.o.

ul. Zwierzyniecka 15/6
31-103 Kraków

Włodawa – Kraków, grudzień 2005 - marzec 2006

Spis treści

Spis treści.....	2
Wstęp.....	5
1 Charakterystyka gmin objętych koncepcją rozwoju produktu turystycznego.	
Przesłanki do rozwoju gospodarki turystycznej.....	6
1.1 Położenie i ludność gmin	6
1.2 Wybrane czynniki wpływające na rozwój gospodarki turystycznej.....	6
1.2.1 Czynniki demograficzne i kulturowe, wykształcenie, migracje.....	6
1.2.2 Stopa bezrobocia.....	7
1.2.3 Struktura rolnictwa, uprawy.....	7
1.2.4 Infrastruktura komunalna	7
1.2.5 Infrastruktura komunikacyjna	8
1.2.6 Najważniejsze podmioty gospodarcze, rękodzieło, produkcja, usługi, handel.....	9
1.2.7 Instytucje wspomagające rozwój produktu turystycznego, stowarzyszenia itp.....	10
1.2.8 Agroturystyka – liczba gospodarstw.....	10
1.3 Podstawowe czynniki hamujące budowanie produktu turystycznego	10
1.3.1 Czynniki świadomościowe	10
1.3.2 Bariera odległościowa.....	11
1.3.3 Niewystarczająca promocja obszaru.....	11
1.3.4 Niska umiejętność działań zbiorowych.....	11
1.3.5 Bariery finansowe	11
2 Zdefiniowanie przeznaczenia oferty programowej i podstaw infrastrukturalnych wpływających na funkcjonowanie produktu turystycznego	13
2.1 Infrastruktura turystyczna.....	13
2.2 Plan imprez.....	15
2.3 Segmentacja rynku	15
2.3.1 Rynek agroturystyki.....	18
2.3.2 Rynek turystyki wypoczynkowej i wczasowej	21
2.3.3 Rynek turystyki aktywnej (kwalifikowanej).....	22
2.3.4 Rynek turystyki krajoznawczej	23
2.3.5 Rynek turystyki kulturowej	24
2.3.6 Rynek turystyki imprezowej.....	25
2.3.7 Rynek turystyki przyjazdowej zagranicznej	25
2.4 Pozycjonowanie segmentów docelowych	26
3 Charakterystyka elementów zintegrowanego Produktu turystycznego „Polesie - naturalny wybór” i jego sposobu funkcjonowania	27
3.1 Cechy charakterystyczne zintegrowanego produktu turystycznego „Polesie – naturalny wybór”	27
3.2 Idea i charakter produktu	28

3.3	Składniki materialne i niematerialne produktu	29
3.3.1	Turystyka kulturowa – „Włodarze Polesia”	29
3.3.1.1	Festiwal Trzech Kultur.....	29
3.3.1.2	Muzeum granicy i sąsiedztwa	30
3.3.1.3	Trzy Strony Świata	31
3.3.1.4	Makieta grodu	31
3.3.1.5	Konkurs na ogrodzenie posesji.....	32
3.3.1.6	Wiosna Ludów.....	32
3.3.1.7	Polesie przez wieki	33
3.3.1.8	Kolej na Wschód.....	33
3.3.1.9	Granica między Koroną a Litwą.....	34
3.3.1.10	Karnawał „kresowy”.....	34
3.3.1.11	Wycieczki.....	35
3.3.1.12	Dziki Wschód	35
3.3.2	Turystyka przyrodnicza	36
3.3.2.1	Ścieżki dydaktyczne.....	36
3.3.2.2	Pojedynek Gigantów.....	36
3.3.2.3	Ośrodek dla obserwatorów.....	37
3.3.3	Turystyka rekreacyjna – „Pohasać Polesie”.....	37
3.3.3.1	Wiosenne złoty balonowe	37
3.3.3.2	Ośrodek narciarstwa nizinnego.....	38
3.3.3.3	Kuligi.....	38
3.3.3.4	Wędkarstwo w przerebłu	38
3.3.3.5	Trasy kajakowe	39
3.3.3.6	Ośrodki do jazdy konnej.....	39
3.3.3.7	Żegluga rzeczna po Bugu.....	39
3.3.3.8	Ścieżka survivalowa.....	40
3.3.3.9	Zielone szkoły	40
3.4	Sposoby promocji produktu.....	40
3.5	Organizacja produktu.....	42
3.6	Bariery w rozwoju produktu	42
Spis tabel.....		44
Bibliografia		45