

Strategia rozwoju turystyki w gminie

Plan Budowy Strategii

Open Mind Research Center to firma

przy tworzeniu na poziomie regionalnym i subregionalnym np. Koncepcja Rozwoju Tury

Produktu Turystycznego

ortfolio jest blisko 30

Open Mind Research Center
dziedzinie: naukowcy, praktycy,
Regionalnego Programu Operacyjnego, PO EWT Polska
Saksonia,

2011

w portfolio na stronie www.omrc.pl).
wysoko ocenionych i dofinanso

Nasza propo , turystyka w
gminie staje ona coraz istotniejszym czynnikiem
aktywizacji gospodarczej, nasza strategia jest prop

jej turystycznym. Nasza propozycja to realna szansa
ych brak perspektyw rozwoju

oraz szansa na

W ramach Strategii o
rozwoju. Przedstawi

finansowania , strategicznych i

- Audyt turystyczny, tendencj
otoczeniu turystyki m.in. politycznym, organizacyjnym, technologicznym,
ekonomicznym ,
zmierza rynek turystyczny
perspektywy rozwoju.
p u rozwojowego jakim dysponu
- Odpowiemy na pytanie, kto odwiedza i w jakim celu.
-
- turystyki, ,
-
- wyzwanie, k
-
- stu.
-
- O
- u

Po akceptacji naszego dokumentu oferujemy

dalsze wsparcie w dziedzinie

: audyt turystyczny, Analiza SWOT,

z

kulturowym.

N
omicz

2
wizja lokalna

1. Audyt stanu zagospodarowania i rynku turystycznego
ekonomicznego (otoczenie b

b. Miejsce

c. Waloryzacja turystyczna obszaru

2. Elementy rynku turystycznego

a.

b.

c. Stan zagospodarowania turystycznego

d. Infrastruktura paraturystyczna

3 4

3. Charakterystyczne cechy popytu turystycznego powiatu

a. W

b. Gmina

*

4. Ocena produktu turystycznego powiatu

5. Analiza SWOT

a

b.

(konsultacje)

5 6

1.

2.

3.

4.

segmentacja rynku

7 8

TY 9

prac

C

akcji

Harmonogram Prac nad strat

z kosztorysem

	czas pracy (h)	
1 2		
Wizja lokalna	10	600
1. Audyt stanu zagospodarowania i rynku turystycznego		
a. ekonomicznego	20	700
b. Miejsce gminy zkich planach rozwoju	20	700
c. Waloryzacja turystyczna obszaru	10	350
2.Elementy rynku turystycznego		
a.		
b.	10	350
c. Stan zagospodarowania turystycznego	20	700
d. Infrastruktura paraturystyczna	20	700
3 4		
3. Charakterystyczne cechy popytu turystycznego gminy		
a. W	40	1400
b. Gmina		
koszty 3 delegacji	18	1080
koszty organizacyjne bad		500
koszty przeprowadzenia 300 ankiet		4500
	30	1050
4.Ocena produktu turystycznego powiatu	20	700
5. Analiza SWOT		
a	15	525
b.	15	525
Konsultacja koszty 2 delegacji	12	720
5 - 6		
	20	700
	20	700
segmentacja rynku	20	700
nych segmentach	20	700
7 8		
	60	2100
	20	700
	20	700
9		
2 delegacji	12	720
Razem koszty przygotowania strategii wraz z badaniami terenowymi		22 120,00
Podatek VAT		5 087,60
Razem koszty netto przygotowania strategii wraz z badaniami terenowymi		27 207,60
erenowych		16 070,00
Podatek VAT		3 696,10
terenowych		19 766,10