

Komitet Przestrzennego Zagospodarowania Kraju Polskiej Akademii Nauk  
Zeszyt 275, rok 2019, s. 131-132

**ANNA KOŁODZIEJCZAK**

**URSZULA KACZMAREK**

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Wydział Geografii  
Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej, Instytut  
Geografii Społeczno-Ekonomicznej; ul. Bogumiła Krygowskiego 10;  
aniaka@amu.edu.pl

**TWORZENIE MARKI TURYSTYCZNEJ  
JAKO STRATEGICZNEGO PLANOWANIA  
ROZWOJU LOKALNEGO  
NA PODSTAWIE DOŚWIADCZEŃ  
GMINY SIERAKÓW**

Uwzględniając wymogi konkurencji, gminy powinny kierować się orientacją marketingową, czego wyrazem jest przyjęcie za punkt wyjścia analizy potrzeb potencjalnych odbiorców tzw. produktu turystycznego obszaru. Nadawanie produktom marki jest zatem koniecznością w warunkach silnej konkurencji i przewagi podaży nad popytem. Tworzenie produktów markowych w turystyce może sprzyjać obniżeniu konkurencji na rynku, a także zagwarantować lokalnym społecznościom i podmiotom gospodarczym dochody wyższe niż przeciętne. Produkt turystyczny spełnia warunki produktu markowego, gdy jest profesjonalnie opracowany i przygotowany oraz kompletny, oznakowany i rozpoznawalny (kojarzony z gminą), wysokiej jakości, oryginalny oraz można go nabyć na miejscu. Celem wypowiedzi jest przedstawienie etapów powstawania marki turystycznej w ramach tworzenia strategii rozwoju turystyki w gminie Sieraków do 2020 r. oraz rozwijania jej zgodnie zapisami strategii.

Gmina Sieraków położona jest w zachodniej części województwa wielkopolskiego, w obrębie Pojezierza Międzychodzko-Sierakowskiego. Przez gminę przepływa rzeka Warta, która dzieli teren tej jednostki na dwie niemal równe części. Północny fragment wchodzi w skład dużego kompleksu leśnego Puszcza Notecka. Gmina Sieraków zlokalizowana jest również na obszarach cennych przyrodniczo (Sierakowski Park Krajobrazowy), których różnorodność biologiczna i krajobrazowa stanowi dominujący czynnik działalności gospodarczej. Rozwój i utrzymywanie obszarów cennych przyrodniczo w dużym stopniu zależą od przyjętej polityki rozwoju przez władze lokalne. Dzięki opracowanej strategii władze gminy mogą świadomie podejmować decyzje, racjonalnie wykorzystując miejscowe zasoby przyrodnicze i kulturowe.