

Czy dobrej marce
są potrzebne
regulacje prawne?

Przypadek przewodnictwa



Jarosław
Kaczmarek

Oddział Morski PTTK w Gdyni



1. Co to jest dobra marka ?
2. Czy zawsze przewodnictwo było regulowane ?
3. Co buduje dobrą markę przewodnictwa ?



4. Jakie są po deregulacji możliwości wykorzystania dobrej marki do stworzenia „nowej regulacji” ?
5. Jak to robią niektórzy w Polsce.

1. Co to jest dobra marka ?





1. Co to jest dobra marka ?

Produkt (usługa), który zapewnia korzyści funkcjonalne plus wartości dodane, które pewni konsumenci cenią w wystarczającym stopniu, aby dokonać zakupu. (J.Altkorn)



Nazwa , termin, symbol, wzór lub ich kombinacje, stworzoną w celu identyfikacji dóbr lub usług sprzedawcy lub ich grupy i wyróżnienia ich spośród konkurencji. (Ph. Kotler)

2. Czy zawsze przewodnictwo było regulowane ?



1873-1960
→

1960 -1988
→

1988 -1999
→

98 41

1999-2012
→





3. Co buduje dobrą markę przewodnictwa ?



WIEDZA NABYTA ORAZ
DOŚWIADCZENIE ŻYCIOWE
I ZAWODOWE

SAMOKSZTAŁCENIE
WŁASNE
LUB ZORGANIZOWANE

FORMA
PRZEKAZU
(NARRACJA PRZEWODNICKA)

DZIAŁALNOŚĆ
TURYSTYCZNA WŁASNA
LUB ZORGANIZOWANA



3. Co buduje dobrą markę przewodnictwa ?

„NOWE” ROLE PRZEWODNIKA I PILOTA

- Działacz turystyczny
- Ekspert turystyczny





4. Jakie są po deregulacji możliwości wykorzystania dobrej marki do stworzenia „nowej regulacji” ?



UWARUNKOWANIA PRAWNE

FORMUŁA
OBSŁUGI
TURYSTYCZNEJ

CHARAKTER
ATRAKCYJI, PRODUKTU
TURYSTYCZNEGO

AKTYWNOŚĆ (LOBBING)
ŚRODOWISKA
PRZEWODNICKIEGO



5. Jak to robią niektórzy w Polsce

USŁUGA PRZEWODNICKA

- USŁUGĄ KOMPLEMENTARNĄ ?

A MOŻE USŁUGĄ PODSTAWOWĄ !





5. Jak to robią niektórzy w Polsce

**ROLĄ KAŻDEGO JEST PRZEWIDYWAĆ TRENDY,
ABY NIE ZOSTAĆ PRZED ZAMKNIĘTYMI DRZWIAMI
I BEZSILNIE W NIE KOPAĆ.**



**gdyński szlak
modernizmu**



5. Jak to robią niektórzy w Polsce





7. WNIOSKI

Wypracowanie lub wykorzystanie już istniejącej dobrej marki przewodnictwa (pilotażu) popartej lobbingsiem może przyczynić się do nowych uregulowań na poziomie lokalnym.

Istniejące rozwiązania prawne w innych dziedzinach umożliwiają przeniesienie ich na grunt przewodnictwa i pilotażu.

Włączanie się kadr turystycznych w proces tworzenia nowych produktów turystycznych daje możliwość stworzenia usług przewodnickich jako usługi podstawowej (wzrost marki).





DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ !

Jarosław Kaczmarczyk

Oddział Morski PTiTK w Gdyni,

Koło Przewodników Miejskich i Terenowych

E-mail: jkacz33@wp.pl

