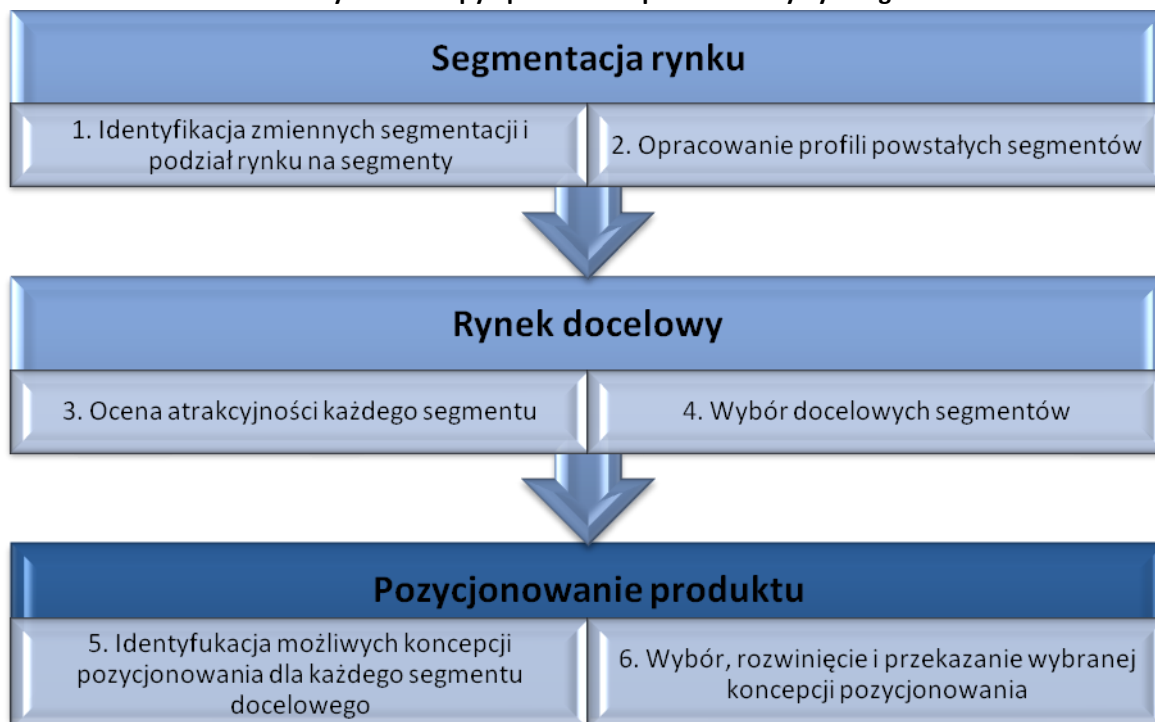


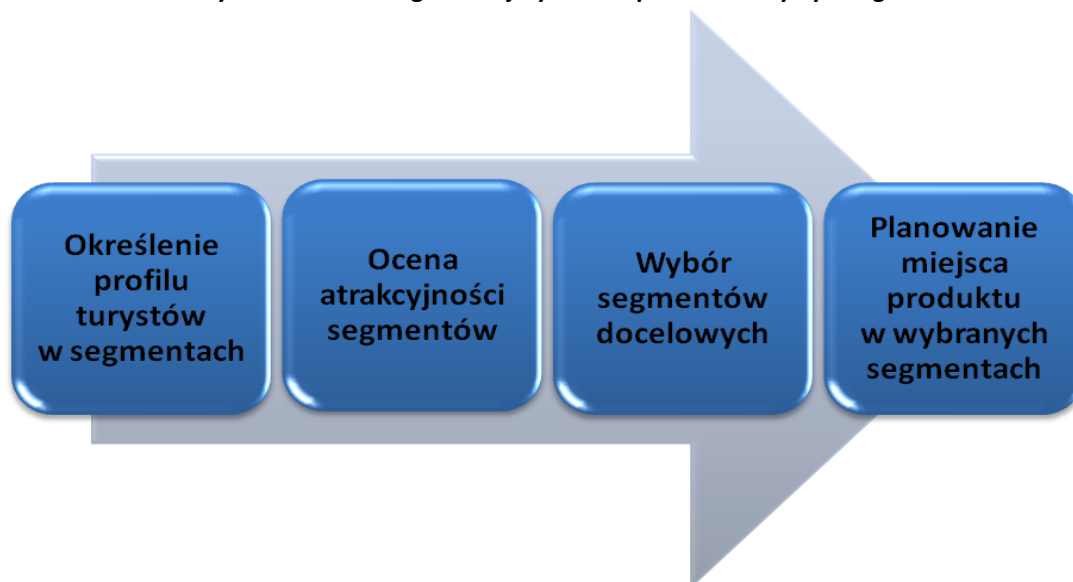
9. Ostatnimi etapami są transfer wiedzy jako narzędzie kreowania produktu turystycznego (szkolenia, warsztaty, popularyzacja dobrych praktyk itp.), a także wprowadzenie produktu turystycznego na rynek.

Wykres 1. Etapy opracowania produktu turystycznego



Źródło: Na podstawie Kotler P., *Marketing, Strategia Rozwoju Produktu Turystycznego Szlak Wodny Króla Stefana Batorego: Wisła – Kanał Żerański– Zalew Zegrzyński – Narew – Biebrza –Kanał Augustowskii (Niemien)*

Wykres 2. Proces segmentacji rynku dla produktu turystycznego



Źródło: Opracowanie na podstawie PART S.A, „Marketing w turystyce” J. Altkom, *Strategia Rozwoju Produktu Turystycznego Szlak Wodny Króla Stefana Batorego: Wisła – Kanał Żerański– Zalew Zegrzyński – Narew – Biebrza –Kanał Augustowskii (Niemien)*.

Sukces we wprowadzeniu produktu turystycznego na rynek zostanie osiągnięty, o ile będą spełnione wszystkie warunki jego rozwoju: