

- dostępność (komunikacja, informacja),
- atrakcyjność turystyczne (podaż ofert atrakcyjnych dla danego odbiorcy za określoną cenę),
- jakość produktu i jego konkurencyjność rynkowa.

Można zauważyć, że dużo ważniejsze dla konkurencyjności produktu turystycznego mogą być oryginalność, wyjątkowość i pomysłowość, co dla odbiorcy wiązać się będzie z przeżyciami nie oferowanymi nigdzie indziej. Na tej podstawie budowana jest atrakcyjność takiego produktu, gdyż wpływa na niego w dużej mierze sfera niematerialna – nowe doświadczenia czy umiejętności, znajomości i opinia o miejscu, a nawet pogoda. Wizerunek miejsca oferującego dany produkt turystyczny jest niezwykle ważne.

Dla zbudowania produktu turystycznego opartego na potencjalne turystyki nadwodnej ważne będzie również uwzględnienie różnych teorii rozwoju regionalnego, które wskazują na silną rolę turystyki we wzmocnieniu konkurencyjności danych obszarów i określają jakie czynniki o tym decydują. Dla programowania rozwoju turystyki w regionach ważne będą następujące elementy:

- dla określenia potencjału turystycznego – teoria rozwoju endogennego,
- dla budowy produktów turystycznych – teoria rozwoju sieciowego,
- dla komercjalizacji produktów turystycznych – teoria bazy eksportowej,
- dla planowania przestrzennego w kontekście określenia obszarów recepcji turystycznej – teorie polaryzacyjne.

#### Ad. 1. Teoria rozwoju endogennego a zasoby turystyczne regionu

Teoria ta wskazuje na czynniki wewnętrzne, które wpływają na warunki do rozwoju turystyki bezpośrednio, czyli występowanie i ranga walorów turystycznych, zagospodarowanie turystyczne i dostępność komunikacyjna (tzw. tradycyjna koncepcja atrakcyjności turystycznej) i pośrednio: zaangażowanie władz publicznych w zakresie dotyczącym turystyki, infrastruktura instytucjonalna czy klimat społeczny (elementy funkcjonalne). Nie jest to katalog zamknięty, ale najczęściej występujące elementy. W tabeli poniżej zaprezentowano czynniki endogeniczne warunkujące rozwój turystyki w regionach.

**Tabela 26. Czynniki endogeniczne warunkujące rozwój turystyki w regionach**

Tradycyjne elementy atrakcyjności turystycznej	Walory turystyczne (atrakcje, dobra)	Walory kulturowe (antropogeniczne), historyczne i współczesne
		Walory przyrodnicze (np. akweny i strefy brzegowe)
	Zagospodarowanie turystyczne	Baza noclegowa
		Baza gastronomiczna
		Baza towarzysząca (w tym infrastruktura dla uprawiania turystyki wodnej)
Elementy	Promocja i informacja	Realizowana przez władze publiczne z udziałem