

DZIAŁALNOŚĆ REGIONALNYCH ORGANIZACJI TURYSTYCZNYCH (ROT-ÓW) I ICH WPŁYW NA ROZWÓJ TURYSTYKI W REGIONIE NA PRZYKŁADZIE PODKARPACKIEJ REGIONALNEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ (PROT)

PATRYCJA ŻEGLIŃ¹, MARIAN RZEPKO²

Uniwersytet Rzeszowski

¹e-mail: pzeplen@ur.edu.pl

²e-mail: marianrzepko@poczta.onet.pl

SŁOWA KLUCZOWE

rozwój regionalny, turystyka, regionalne organizacje turystyczne, Podkarpacka Regionalna Organizacja Turystyczna

STRESZCZENIE

Artykuł porusza zagadnienia związane z działalnością regionalnych organizacji turystycznych (ROT-ów) w Polsce, bazując na inicjatywach podejmowanych przez Podkarpacką Regionalną Organizację Turystyczną (PROT). Przedstawiono ponadto możliwości rozwoju regionalnego destynacji, jakie pojawiają się dzięki rozwijaniu gospodarki turystycznej w regionie.

W pracy zastosowano analizę danych zastanych, czyli technikę desk research, polegającą na analizie danych wtórnych, jak również analizę treści (literatura przedmiotu, czasopisma naukowe, akty prawne, źródła elektroniczne) i studium przypadku działalności jednej z regionalnych organizacji turystycznych – Podkarpackiej Regionalnej Organizacji Turystycznej (PROT), m.in. dzięki przeprowadzeniu wywiadu z jej przedstawicielami.

Wprowadzenie

Problematyka rozwoju i zarządzania turystyką na szczeblu lokalnym i regionalnym ma bardzo ważne znaczenie w rozwoju turystyki krajowej. Zgodnie z Marketingową Strategią Polski w sektorze turystyki na lata 2012–2020 (Walas, 2011, s. 10) wśród światowych trendów w popycie i podaży oraz zjawisk ekonomicznych dotyczących gospodarki turystycznej wymienić należy m.in. wzrost znaczenia marketingu na poziomie regionalnym i lokalnym oraz ograniczenie roli narodowych organów oraz dalszy rozwój doskonalenia zarządzania destynacjami, w tym na poziomie regionalnym i lokalnym. Potwierdzają to badania prowadzone przez Światową

Organizację Turystyczną (unwto.org), w których wykazano, że programowanie i planowanie rozwoju turystyki na szczeblu lokalnym i regionalnym przynosi znacznie lepsze efekty, niż programy dotyczące planowania na szczeblu krajowym.

W związku z powyższym, celem artykułu jest ukazanie roli, jaką odgrywają regionalne organizacje turystyczne (ROT-y) w Polsce na przykładzie projektów i inicjatyw podejmowanych przez PROT, a także korzyści wynikających z funkcjonowania regionalnych organizacji turystycznych.

Zarządzanie turystyką na szczeblu regionalnym opiera się na założeniu, że wszelkie działania podejmowane w regionie powinny prowadzić do wzrostu satysfakcji dwóch grup strategicznych: turystów oraz społeczności lokalnej (European Commission 2000a, 2000b, za: Nawrot, Zmysłony, 2009, s. 112). Ponadto decydujące znaczenie dla skutecznego funkcjonowania podmiotów gospodarki turystycznej na poziomie lokalnym i regionalnym ma ich wzajemna współpraca. Szczególna rola w realizacji funkcji turystycznej przypada jednostkom samorządu terytorialnego. Przez regulacje prawne stają się one podmiotami polityki turystycznej, dysponującymi określonymi instrumentami kształtującymi funkcjonowanie lokalnej i regionalnej gospodarki turystycznej (Panasiuk, 2009, s. 15). Według tego samego autora (Panasiuk, 2017, s. 102) szczególnie miejsce w układzie podmiotowym polityki turystycznej zajmują regionalne i lokalne organizacje turystyczne, a także inne organizacje branżowe. W tym miejscu należy zaznaczyć, że ważną funkcję pełnią również tzw. *destination management organizations* (DMOs), które uważane są za najważniejsze podmioty odpowiedzialne za promocję i rozwój turystyki na danym obszarze (Borzyszkowski, 2013, s. 49). Ponadto, według Abou-Shouka (2017, s. 1) i innych naukowców (Volgger, Pechlaner 2014, s. 64–75) tego typu organizacje pełnią bardzo ważną funkcję w angażowaniu udziałowców do współpracy z władzami lokalnymi w zakresie rozwijania gospodarki turystycznej regionu.

Nowe możliwości kształtowania rozwoju regionalnego, jakie pojawiły się wyniku trójstopniowego podziału terytorialnego (tj. gmin, powiatów i województw), między innymi poprzez turystykę, stanowią wyzwanie dla wszystkich uczestników procesu zarządzania turystyką, tj. podmiotów sektora publicznego, partnerów sektora prywatnego oraz instytucji typu non-profit. Zdaniem Kornaka i Rapacza (2001, s. 50–51), dążenie do rozwoju turystyki na szczeblach: lokalnym i regionalnym – uwzględniającego własne możliwości i uwarunkowania – musi prowadzić do rozpoznania, m. in.:

- lokalnych i regionalnych potencjałów,
- stanu opinii publicznej i wyobrażeń o turystyce,
- preferencji w zakresie rozwoju gospodarczego.

O konieczności planowania rozwoju turystyki oraz traktowania turystyki jako systemu pisze m.in. Gunn (2002) w swej książce *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*. Tylko dzięki planowaniu i myśleniu o zjawisku turystyki w sposób strategiczny można przyczynić się do sukcesu ekonomicznego destynacji turystycznej i całego regionu. Turystyka sprzyja działaniom dywersyfikującym lokalną gospodarkę oraz może przyczynić się do podnoszenia jej konkurencyjności w stosunku do innych lokalnych gospodarek (Szostak, 2006, s. 162). Doświadczenia wielu regionów turystycznych na świecie wskazują, że właściwy i bezkolizyjny (ze środowiskiem przyrodniczym, społecznym i ekonomicznym) rozwój turystyki jest możliwy jedynie wtedy, gdy

odbywa się w sposób planowy i zorganizowany, co z kolei wpływa na innowacyjność całego regionu, poszczególnych gmin, przedsiębiorstw i instytucji. Zwiększenie współpracy pomiędzy tymi jednostkami stanowi jedno z najważniejszych wyzwań w procesie zarządzania turystyką, rozwijania regionalnej gospodarki turystycznej poprzez kształtowanie polityki turystycznej regionu (Zielińska-Szczepkowska, 2013, s. 132).

Turystyka jako gałąź gospodarki

Problematyka stymulowania lokalnej i regionalnej gospodarki turystycznej jest szeroko omawiana, zarówno w kręgach naukowych, jak i branżowych, gdyż obecnie trudno sobie wyobrazić rozwijanie się miejscowości turystycznych w sposób żywiołowy, a przez to chaotyczny. Dynamiczny rozwój turystyki oraz wzrost jej znaczenia w gospodarce wielu regionów powodują, że staje się ona ważnym elementem w strategiach i programach rozwoju społeczno-gospodarczego tych regionów, gdyż władze lokalne coraz częściej zdają sobie sprawę z korzyści, jakie może im przynieść rozwój turystyki. Powstają również sytuacje, w których przecenia się rolę turystyki w regionach, w których tak naprawdę są małe możliwości rozwoju przemysłu turystycznego, na przykład ze względu na niski poziom atrakcyjności turystycznej danego regionu.

Omawiając kwestie związane z rozwojem obszarów recepcyjnych, warto podkreślić, że obszary recepcji turystycznej (ort) są traktowane podobnie do produktów turystycznych, a co za tym idzie – analizuje się ich cykl życia. Powołując się na Dziedzic (1998), trzeba zauważyć, że określone obszary turystyczne przeżywają różne stadia rozwoju. Od wstępnej eksploracji, następnie dynamicznego rozwoju gospodarki turystycznej, później stagnacji i utrzymywania pewnego poziomu, aż do spadku zainteresowania obszarem i spadek (regres). Funkcja opisująca rozwój ort została nazwana cyklem jego życia i w zamierzeniu powinna stać się ważnym narzędziem ułatwiającym analizę i podejmowanie decyzji strategicznych dotyczących określonego regionu (Dziedzic, 1998, s. 127). Ponadto koncepcja cyklu życia obszaru recepcyjnego może przyczyniać się do analizy interakcji na linii popyt–podaż, ale również do zmiany sposobu myślenia o długoterminowych implikacjach będących rezultatem rozwoju turystyki (Cooper, Fletcher, Gilbert, Wanhill 1993, s. 74).

Instrumenty polityki rozwoju regionalnego

Polityka rozwoju regionalnego w kontekście obsługi ruchu turystycznego musi uwzględniać rozmaite komponenty rozwoju turystyki, z uwzględnieniem rynków turystycznych, środowiska naturalnego obszarów recepcyjnych oraz środowiska społeczno-gospodarczego (McIntyre, Hetherington, Inskip, 1993, s. 39). Lokalną i regionalną politykę turystyczną kształtują głównie samorządy terytorialne i organy administracji publicznej, jak również stowarzyszenia i izby gospodarcze, związki międzygminne, stowarzyszenia turystyczne typu non-profit (np. PTTK, PTSM) oraz regionalne i lokalne organizacje turystyczne (Gryszel, 2005, s. 165). Regionalne organizacje turystyczne należą do grupy organizacji przyczyniających się do wzrostu konkurencyj-

ności regionów poprzez inicjowanie i realizację przedsięwzięć wspierających rozwój gospodarki turystycznej regionu. Głównym celem regionalnych organizacji turystycznych jest przyciąganie turystów do danego regionu poprzez koordynowanie promocji rozwoju turystyki w regionie przy współpracy z innymi organizacjami. Efektywne działania tych podmiotów przyczyniają się z kolei do poprawy jakości i standardu życia mieszkańców terenów odwiedzanych przez turystów (McIntosh, Goeldner, Brent Ritchie, 1995, s. 118).

Powstawanie regionalnych organizacji turystycznych w krajach Unii Europejskiej, czyli również w Polsce, związane było ściśle z procesem decentralizacji zarządzania państwem. Regionalne organizacje turystyczne są organizacjami współpracy samorządu terytorialnego (zwłaszcza samorządu szczebla wojewódzkiego) i branży turystycznej (szeroko rozumianej ze względu na heterogeniczny charakter gospodarki turystycznej) w zakresie promocji obszaru obejmującego działalność tej organizacji jako regionu atrakcyjnego turystycznie w kraju i zagranicą, założoną w formie prawno-organizacyjnej – stowarzyszenia. Tworzenie ROT-ów w formie stowarzyszeń lub związków stowarzyszeń zapewnia m.in. możliwość aplikowania o środki unijne, równoprawny udział wszystkich członków ROT-u czy niekomercyjny charakter działalności. Najważniejsze korzyści z powołania regionalnych organizacji turystycznych w Polsce to skoordynowanie działań podejmowanych przez wszystkie zainteresowane rozwojem i promocją turystyki w województwie podmioty, a także lepsze wykorzystanie rozproszonych środków promocyjnych.

Działalność Podkarpackiej Regionalnej Organizacji Turystycznej (PROT)

Tabela 1. Wykaz Regionalnych Organizacji Turystycznych w Polsce

Lp.	Regionalna Organizacja Turystyczna	Rok utworzenia
1.	Dolnośląska Organizacja Turystyczna (DOT)	2000
2.	Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna (K-POT)	2006
3.	Lubelska Regionalna Organizacja Turystyczna (LROT)	2004
4.	Lubuska Regionalna Organizacja Turystyczna (LOTUR)	2004
5.	Małopolska Organizacja Turystyczna (MOT)	2001
6.	Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna (MROT)	2006
7.	Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna (OROT)	2003
8.	Podkarpacka Regionalna Organizacja Turystyczna (PROT)	2002
9.	Podlaska Regionalna Organizacja Turystyczna (PROT)	2002
10.	Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna (PROT)	2003
11.	Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Łódzkiego (ROTWL)	2002
12.	Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Świętokrzyskiego (ROTWS)	2002
13.	Śląska Organizacja Turystyczna (ŚOT)	2004
14.	Wielkopolska Organizacja Turystyczna (WOT)	2004
15.	Warmińsko-Mazurska Regionalna Organizacja Turystyczna (W-MROT)	2003
16.	Zachodniopomorska Regionalna Organizacja Turystyczna (ZROT)	2001

Źródło: opracowanie własne na podstawie: www.pot.gov.pl (12.11.2017.) oraz oficjalnych stron ROT-ów.

Jak wynika z powyższej tabeli 1, PROT była jedną z pierwszych regionalnych organizacji turystycznych w Polsce (powstała w 2002 r.). Małopolska Organizacja Turystyczna (MOT) oraz Zachodniopomorska Regionalna Organizacja Turystyczna (ZROT) zostały utworzone jako pierwsze (w 2001 r.). Rok utworzenia tego typu organizacji może świadczyć o zaangażowaniu władz lokalnych w rozwój turystyki w swoim regionie oraz o zdobywanym doświadczeniu w realizacji różnorodnych projektów na rzecz rozwoju turystyki na danym obszarze. Działalność PROT na tle pozostałych ROT-ów wydaje się być zadowalająca i adekwatna do środków finansowych przeznaczanych na rozwój regionalny poprzez turystykę (co może stanowić temat oddzielnego opracowania).

PROT jako związek stowarzyszeń zrzesza najatrakcyjniejsze turystycznie miasta i gminy, wyższe uczelnie, stowarzyszenia i firmy sektora turystycznego, muzea i inne instytucje kultury w województwie podkarpackim. PROT prowadzi działania na rzecz promocji regionu i rozwoju turystyki. Głównym zadaniem organizacji jest wzmocnienie wizerunku województwa jako miejsca atrakcyjnego turystycznie, rozwój nowych produktów turystycznych, rozbudowa systemu informacji turystycznej, integracja środowisk turystycznych przez współpracę sektora publicznego z sektorem prywatnym, stowarzyszeniami, organizacjami i przedsiębiorcami, koordynowanie działań w zakresie planowania imprez turystycznych i inne (podkarpackie.travel.pl).

Analiza działalności PROT została pogłębiona o wyniki badań przeprowadzonych z przedstawicielami ich członków w celu uchwycenia specyfiki zakresu działalności tejże organizacji. W wyniku przeprowadzonego wywiadu ustalono co następuje: partnerami PROT są: TV Rzeszów, Polskie Radio Rzeszów, prasa regionalna (m. in. *Nowiny*), regionalny portal gospodarczy *GospodarkaPodkarpacka.pl* i inni. Projekty turystyczne PROT to m.in.: „Przewodnik po Regionie”, „Punkty Informacji Turystycznej”, „Astroturystyka”, „Wyróżnione Produkty”, „Sto Atrakcji Podkarpacia”, „Pomysły na Podkarpackie”, „Szlaki Tematyczne”, „Szlak Architektury Drewnianej” i inne. „Przewodnik po Regionie” to charakterystyka takich obszarów jak: Kotlinia Sandomierska, Rzeszów i okolice, Pogórze Dynowsko-Strzyżowskie, Roztocze Południowe, Doły Jasielsko-Sanockie, Beskid Niski, Pogórze Przemyskie, Bieszczady. Punkty „IT” to informacja na temat certyfikowanych jednostek informacji turystycznej w poszczególnych powiatach i gminach województwa podkarpackiego. Bieszczadzka astroturystyka znalazła się na Europejskim Szlaku Gwiezdnego Nieba EU Skyroute (www.euskyroute.eu). Południowo-wschodni kraniec Polski jest promowany jako jedno z siedmiu najatrakcyjniejszych miejsc w Europie z ofertą astroturystyczną.

Ponadto wśród wyróżnionych przez Polską Organizację Turystyczną produktów turystycznych województwa podkarpackiego znajdują się: rzeszowskie podziemia, Centrum Dziedzictwa Szkła w Krośnie, Szlak Garncarski, Szlak Naftowy, Kraina Wilka (ekstremalne wakacje) – najlepszy produkt turystyczny roku 2010. Jest wśród nich także oferta pełnego wrażeń wypoczynku w Bieszczadach, adresowana do turystów i grup kolonijnych. Program oparty jest na współpracy z instruktorami z Fundacji Byłych Żołnierzy Jednostek Specjalnych GROM Oddziału Podkarpackiego. Ponadto do wyróżnionych przez POT produktów turystycznych Podkarpacia należą również: bieszczadzka kolejka leśna, szlak militarny, architektura drewniana.

Szlaki tematyczne przebiegające przez teren województwa podkarpackiego to oprócz wymienionych wyżej: międzynarodowy szlak turystyczny „Śladami Aleksandra Fredry”, transgraniczny szlak turystyczny „Szlak Rodowy Gniazd Lubomirskich”, szlak wodny „Błękitny San”, międzynarodowy turystyczny „Szlak Chasydzki”, Jasielski Szlak Winny, obejmujący dziewięć winnic, rozmieszczonych w okolicy Jasła, Szlak Papieski, wytyczony przez Lokalną Organizację Turystyczną „Beskid Niski” w Krośnie i wiele innych.

Według przedstawicieli PROT bardzo ważną rolę w promocji turystyki na terenie województwa podkarpackiego odgrywa Podkarpacki Szlak Jadła i Wina, czyli przewodnik po imprezach kulinarnych organizowanych na terenie województwa, jak również karczmach, restauracjach, hotelach, zajazdach oraz winnicach i winiarniach. Na uwagę zasługują również wydawnictwa PROT, czyli, m.in.: „Karpackie szlaki winne”, „Wędrówki podkarpacko-preszowskie” (przewodnik turystyczny), „Muzea podkarpackie”, „Podkarpackie atrakcje turystyczne”, czy „Podkarpackie. Turystyka aktywna”.

Jedną z wielu inicjatyw PROT jest zestawienie atrakcji województwa podkarpackiego, które przedstawia blisko sto zabytków, obiektów i atrakcji przyrodniczych Podkarpacia, pogrupowanych w dziewięciu kategoriach: UNESCO, zamki i pałace, przyroda, urok miast i miasteczek, skanseny i muzea, zabytki techniki, architektura sakralna i sanktuaria, synagogi i cmentarze żydowskie i inne. Bogactwo przyrody i różnorodność kulturowa sprawiają, że jest to jeden z najatrakcyjniejszych turystycznie regionów Polski.

„Pomysły na Podkarpackie” to z kolei charakterystyka miast i miejscowości na terenie województwa, pogrupowanych w kategorie, dla różnych typów turysty, którym przyświecają odmienne motywacje turystyczne: „Metal i drewno wczoraj i dziś”, „Tradycje dworskie i ludowe doliny Wisły i Sanu”, „Powrót do przeszłości, cudowne lata”, „Szlacheckich, magnackich czasów czar”, „Tradycje i kultura Błękitnego Sanu”, „Militaryjne tajemnice przeszłości”, „Kraina winem płynąca”, „Zjednoczone Emiraty Podkarpackie”, „Aktywnie i tradycyjnie po rejonie bieszczadzki” oraz „Rajd po zdrowie dla ciała i duszy” (podkarpackie.travel.pl).

Podsumowanie

Istnieje zgoda co do tego, że województwa są dobrze wyposażone w podstawowe składniki produktu turystycznego, a turystyka tam rozwijana przyczynia się znacznie do dynamiki gospodarki regionalnej i podniesienia poziomu dobrobytu jego mieszkańców. Jako że turystyka będzie w coraz większym stopniu stymulować rozwój regionów, musi być uwzględniona przy określaniu celów strategii ich rozwoju. Cele te, zdefiniowane ustawowo, mają szansę realizacji właśnie dzięki turystyce i na drodze kształtowania turystycznej funkcji regionów Polski. W związku z tym regionalne organizacje turystyczne w Polsce odgrywają bardzo ważną rolę w rozwoju turystyki w regionie. Są niedozownym elementem w rozwoju regionalnym oraz w promocji potencjału turystycznego całego kraju. Ponadto zainteresowanie turystyką jako narzędziem rozwoju regionalnego przesuwają się wyraźnie z programów dla terenów nierozwiniętych gospodarczo w stronę programów o charakterze restrukturyzacyjnym i stymulującym zatrudnienie. Obserwuje się

ciągłe doskonalenie metod oceny zakładanych i rzeczywistych rezultatów podejmowanych przedsięwzięć.

PROT w pełni realizuje cele wynikające z Ustawy o POT oraz ustawy Prawo o stowarzyszeniach. Województwo podkarpackie jest promowane na skalę krajową i międzynarodową dzięki licznym projektom turystycznym ukazującym bogactwo regionu. Obserwuje się współpracę szeregu organizacji i stowarzyszeń na rzecz rozwijania przemysłu turystycznego w województwie oraz wyciąganie wniosków z działań podejmowanych w przeszłości. Dzięki funkcjonowaniu regionalnych organizacji turystycznych wszystkie regiony (województwa) mają szansę zaistnienia na turystycznej mapie Polski, a nawet Europy.

Literatura

- Abou-Shouk, M.A. (2017). Destination management organizations and destination marketing: adopting the business model of e-portals in engaging travel agents. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 10, 1–11.
- Borzyszkowski, J. (2013). Współczesne wyzwania destination management organizations (DMO). *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 303, 57–65.
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Wanhill, S. (1993). *Tourism. Principles & Practice*. United Kingdom: Pitman Publishing.
- Dziedzic, E. (1998). Obszar recepcji turystycznej jako przedmiot zarządzania strategicznego. *Monografie i Opracowania*, 442.
- European Commission (2000a). *Towards Quality Coastal Tourism: Integrated Quality Management (IQM) of coastal tourism destinations*. Brussels: Enterprise Directorate-General – Tourism Unit.
- European Commission (2000b). *Towards Quality Urban Tourism: Integrated Quality Management (IQM) of urban tourism destinations*. Brussels: Enterprise Directorate-General – Tourism Unit.
- Gryszel, P. (2005). Działania samorządu terytorialnego na rzecz kształtowania regionalnej i lokalnej polityki turystycznej. W: A. Panasiuk (red.), *Polityka turystyczna*. Szczecin–Kopenhaga: Fundacja na rzecz Uniwersytetu Szczecińskiego.
- Gunn, C.A., Var, T. (2002). *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*. Oxford: Routledge.
- Kornak, A.S., Rapacz, A. (2001). *Zarządzanie turystyką i jej podmiotami w miejscowości i regionie*. Wrocław: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu.
- McIntosh, R.W., Goeldner, C.R., Brent Ritchie, J.R. (1995). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. New York: Wiley.
- Markowski, T. (1996). *Wpływ innowacyjności na konkurencyjność regionów*. Łódź: Ośrodki innowacji i przedsiębiorczości w Polsce.
- McIntyre, G., Hetherington, A., Inskip, E. (1993). *Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners*. Madrid: WTO.
- Nawrot, L., Zmysłony, P. (2009). *Międzynarodowa konkurencyjność regionu turystycznego. Od programowania rozwoju do zarządzania strategicznego*. Kraków: Proksenia.
- Panasiuk, A. (2009). Instrumenty polityki turystycznej w regionie. W: *Gospodarka turystyczna w regionie. Przedsiębiorstwo. Samorząd. Współpraca*. Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, 50.
- Panasiuk, A. (2017). Regulacje rynku turystycznego. W: A. Panasiuk (red.), *Regulacja a orientacja marketingowa touroperatorów*. *Rozprawy i Studia, (MXLVII)* 973. Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.
- Szostak, D. (2006). Klaster jako narzędzie podnoszenia konkurencyjności i innowacyjności regionalnej gospodarki turystycznej. W: A. Rapacz (red.), *Gospodarka turystyczna w regionie. Przedsiębiorstwo. Samorząd. Współpraca*. Jelenia Góra: Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu, Wyższa Szkoła Zarządzania Gospodarką Regionalną i Turystyką w Kielcach.
- Zielińska-Szczepkowska, J. (2013). Uwarunkowania rozwoju klastrów turystycznych w województwie warmińsko-mazurskim na przykładzie Elbląskiego Klastra Turystycznego (EKT). W: R. Kisiel, M. Wojarska (red.), *Wybrane*

aspekty rozwoju regionalnego. Olsztyn: Wydawnictwo Fundacja „Wspieranie i Promocja Przedsiębiorczości na Warmii i Mazurach”.

Volgger, M., Pechlaner, H. (2014). Requirements for destination management organizations in destination governance: Understanding DMO success. *Tourism Management*, 41, 64–75.

Walas, B. (red.) (2011). Marketingowa Strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2012–2020, Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa.

Akty prawne

Ustawa z dnia 24 lipca 1998 roku o wprowadzeniu trójstopniowego podziału terytorialnego państwa. Dz.U. 1989 nr 96, poz. 603.

Ustawa z dnia 25 czerwca 1999 r. o Polskiej Organizacji Turystycznej. Dz.U. nr 62, poz. 689.

Ustawa z dnia 7 kwietnia 1989 r. Prawo o stowarzyszeniach. Dz.U. 1989 nr 20 poz. 104.

Netografia

unwto.org (20.02.2017)

pot.gov.pl (20.05.2017, 12.11.2017)

prot.rzeszow.pl (27.05.2017)

podkarpackie.travel.pl (27.05.2017)

euskyroute.eu (20.04.2017)

ACTIVITY OF REGIONAL TOURIST ORGANIZATIONS (RTOS) AND THEIR INFLUENCE ON REGIONAL TOURISM DEVELOPMENT BY EXAMPLE ON PODKARPACKA REGIONAL TOURIST ORGANIZATION (PRTO)

KEYWORDS

regional development, tourism, regional tourism organizations, Podkarpacka Regional Tourist Organization

ABSTRACT

The paper covers the subject concerning activity of regional tourist organizations (RTOS) in Poland by example of initiatives taken up by the Podkarpacka Regional Tourist Organization (PRTO). The authors of the paper want to focus Readers' attention on what possibilities of regional development occur thanks to development of tourist economy of the region.

The authors used desk research technique with the analysis of the existing data, as well as the analysis of the content of various sources (literature of the subject, scientific journals, legal acts, electronic sources) and case study based on one of regional tourist organizations – the Podkarpacka Regional Tourist Organization (PRTO) by interviewing its representatives.

Translated by Patrycja Żegleń