

Jacek BORZYSZKOWSKI *

ROZWÓJ PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH JAKO SFERA DZIAŁAŃ DESTINATION MANAGEMENT ORGANIZATIONS

Zarys treści: Destination management organizations (DMO) uważane są za najważniejsze podmioty odpowiedzialne za promocję i rozwój turystyki na danym obszarze. W związku z powyższym, podmiotom tym przypisuje się szereg zadań i odpowiedzialności, jak również odpowiednie instrumenty umożliwiające realizację konkretnych celów. Oprócz tradycyjnych zadań przypisywanych DMO (tj. promocja), coraz większą uwagę zwraca się na inne działania o charakterze marketingowym, w tym również w zakresie tworzenia i komercjalizacji produktów turystycznych.

W niniejszym artykule przedstawiono analizę działań DMO w zakresie rozwoju produktów turystycznych. Przedstawiono w nim zarówno teoretyczne rozważania odnoszące się do DMO i jego zakresu działań, jak również wyniki badań własnych autora dotyczące badanego zagadnienia.

Słowa kluczowe: destination management organizations, marketing, produkt turystyczny.

DEVELOPMENT OF TOURIST PRODUCTS AS THE SPHERE OF THE OPERATIONS OF DESTINATION MANAGEMENT ORGANIZATIONS

Destination management organizations (DMO) are considered to be the most important entities that are responsible for the promotion and development of tourism in a given area. In view of the above, these entities are assigned numerous tasks and responsibilities, and they are provided with a variety of instruments for the realization of specific goals. Apart from the traditional tasks that are assigned to the DMO (i.e. promotion), increasing attention is being paid to other marketing activities including those related to the creation and commercialization of tourist products.

* Katedra Turystyki, Wydział Nauk Ekonomicznych, Politechnika Koszalińska

The present article covers an analysis of the DMO operations related to the development of tourist products. It contains both theoretical deliberations related to the DMO and its scope of responsibilities, as well as the results of the author's own research concerning the issue in question.

Keywords: destination management organizations, marketing, tourist product