

Beata Meyer

Wstęp

Ekonomiczne Problemy Turystyki nr 1 (25), 5

2014

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

WSTĘP

Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego z serii „Ekonomiczne Problemy Turystyki” prezentują wyniki prac badawczych oraz dorobek naukowy polskich i zagranicznych badaczy, których zainteresowania naukowe związane są z turystyką, ze szczególnym uwzględnieniem jej aspektów ekonomicznych. Turystyka ze względu na swój interdyscyplinarny charakter pozostaje w spektrum zainteresowań badaczy reprezentujących różne dyscypliny naukowe, w tym ekonomię, prawo, geografę czy kulturę fizyczną.

Rynek usług turystycznych jest fragmentem rynku, na którym głównym przedmiotem wymiany są usługi turystyczne, a rozważany w ujęciu przedmiotowym oznacza proces, w którym nabywcy i wytwórcy usług turystycznych określają, co chcą kupić i sprzedać oraz na jakich warunkach. Specyfika rynku usług turystycznych wiąże się z faktem, że w odróżnieniu od innych rynków to nie produkt przemieszcza się do klienta, a klient/turysta do produktu. Współczesny rynek turystyczny stale się rozwija, ulegając równocześnie przekształceniom wewnętrznym. Zmieniające się oczekiwania turystów, wynikające m.in. ze zmian w preferowanym stylu życia, oraz nowe możliwości kreowania oferty produktowej przez podmioty gospodarki turystycznej powodują stałe przeobrażenia rynku turystycznego. Szczególne znaczenie dla funkcjonowania rynku turystycznego mają nowe trendy modyfikujące zarówno jego stronę popytową, jak i podażową, stanowiąc często wyzwanie dla podmiotów zaangażowanych w kształtowanie produktów turystycznych i obsługę ruchu turystycznego.

Aktualny numer ZN US „Ekonomiczne Problemy Turystyki” prezentuje zagadnienia dotyczące podstaw funkcjonowania rynku turystycznego w trzech obszarach:

- a) aspektów teoretycznych, gdzie znalazły się rozważania dotyczące m.in. relacji na rynku turystycznym, produktów systemowych czy innowacji w funkcjonowaniu sektora turystycznego;
- b) kształtowania podaży na rynku turystycznym, w tym np. znaczenia obiektów sportowych w kształtowaniu specjalistycznej oferty turystycznej czy współpracy podmiotów w tym procesie;
- c) popytu turystycznego obejmującego refleksje na temat m.in. aktywności turystycznej osób starszych czy dopasowania produktów turystycznych do oczekiwań turystów.

Beata Meyer
redaktor naukowy