

Beata Meyer

Wstęp

Ekonomiczne Problemy Turystyki nr 2 (30), 5

2015

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” są platformą wymiany poglądów naukowych, miejscem prezentacji wyników prac badawczych oraz dorobku naukowego badaczy, dla których turystyka, szczególnie w wymiarze ekonomicznym, stanowi główny przedmiot zainteresowań naukowych. Jednakże wielość i różnorodność aspektów turystycznej aktywności człowieka, jej przyczyn i konsekwencji sprawia, że pozostaje ona w spektrum zainteresowań badaczy reprezentujących różne dyscypliny naukowe, w tym ekonomię, prawo, geografę czy kulturę fizyczną.

Konsekwencje rozwoju turystyki mają bezpośredni lub pośredni charakter, zróżnicowane natężenie i dotyczą właściwie wszystkich sfer funkcjonowania systemów społeczno-gospodarczych oraz środowiska przyrodniczego. Najłatwiej wśród nich są identyfikowane korzyści ekonomiczne osiąmane nie tylko przez przedsiębiorstwa zaangażowane w procesy obsługi turystów, ale również (czy nawet przede wszystkim) przez regiony turystyczne. Oczywiście pozytywne skutki przyjazdu turystów przyczynia się do traktowania turystyki jako standardowego czynnika rozwoju obszaru, a co za tym idzie – podnoszenia pozycji konkurencyjnej. Współcześnie większość obszarów bez względu na charakter i funkcję dominującą wykorzystuje turystykę jako element swojej strategii rozwojowej, uznając, że jest ona szansą na rozwój niezależnie od obiektywnych uwarunkowań lokalnych. Regiony turystyczne konkurują więc, wykorzystując dostępne spektrum instrumentów. W odmiennych sytuacjach najistotniejsze dla osiągnięcia wysokiej pozycji konkurencyjnej może okazać się wykreowanie unikatowego produktu turystycznego zgodnego z najnowszymi trendami modowymi lub skuteczne pozyskiwanie inwestorów rozbudowujących sieć infrastrukturalną obszaru.

Aktualny numer ZN US „Ekonomiczne Problemy Turystyki” prezentuje zagadnienia dotyczące turystyki w trzech obszarach: aspektów teoretycznych, gdzie znalazły się rozważania dotyczące m.in. regulacji rynku turystycznego oraz współtworzenia wartości w turystyce wiejskiej, rynku usług turystycznych zawierającego refleksje na temat jakości usług uzdrowiskowych i agroturystycznych oraz regionalnych problemów rozwoju turystyki.

Beata Meyer