

Aleksander Panasiuk

Wstęp

Ekonomiczne Problemy Usług nr 82, 7-8

2012

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

Problematyka rynku turystycznego, w tym rynku usług turystycznych, stanowi podstawowy zakres badań teoretycznych oraz empirycznych w obszarze turystyki. Główny zakres badań dotyczy nauk ekonomicznych (ekonomii, zarządzania, finansów). Należy jednak zauważyć, że problematyka rynku turystycznego posiada wymiar interdyscyplinarny, gdyż zagadnienia te podejmowane są przez wiele innych nauk. W ujęciu przedmiotowym rynek turystyczny tworzą: popyt turystyczny, podaż turystyczna, cena oraz warunki sprzedaży ofert turystycznych. W podmiotowym układzie rynku turystycznego należy wyodrębnić: konsumentów (reprezentujących popyt turystyczny), dostawców (reprezentujących podaż turystyczną) oraz podmioty polityki turystycznej (oddziałujące na kształt funkcjonowania tego rynku). Rynek turystyczny można zinterpretować jako sumę procesów, w których nabywcy (głównie turyści) i oferenci reprezentujący poszczególne subrynki turystyczne określają przedmioty wymiany oferty turystycznej (produkt turystyczny) oraz warunki ich kupna-sprzedaży, przy czym oferta rynku turystycznego wiąże się z zaspokajaniem potrzeb osób podczas podróży i pobytu poza codziennym otoczeniem i jest pochodną motywów uprawiania turystyki.

Tematyka rynku turystycznego, a szczególnie popytu turystycznego, jest przedmiotem opracowań naukowych pięciotomowego wydania *Zeszytów Naukowych Uniwersytetu Szczecińskiego* serii *Ekonomiczne Problemy Usług* przygotowanych przez przedstawicieli najważniejszych ośrodków naukowych w Polsce zajmujących się zagadnieniami turystyki, zwłaszcza w obszarze nauk ekonomicznych.

Problematyka została zaprezentowana w następującej strukturze:

Tom I Popyt turystyczny. Zagadnienia podstawowe

1. Wprowadzenie w zagadnienia popytu turystycznego
2. Zagadnienia prawne
3. Zagadnienia społeczne
4. Polityka turystyczna w zakresie popytu turystycznego

Tom II Popyt turystyczny. Uwarunkowania

1. Determinanty popytu turystycznego w aspekcie ogólnym
2. Determinanty popytu w aspekcie form i rodzajów turystyki

3. Zagadnienia współzależności uwarunkowań popytu i podaży turystycznej

Tom III Popyt turystyczny. Konsumpcja – segmentacja – rynki

1. Wzorce konsumpcji turystycznej
2. Segmentacja rynku turystycznego
3. Problematyka popytu turystycznego na branżowych rynkach turystycznych

Tom IV Rynek turystyczny. Fundusze europejskie, zagadnienia regionalne

1. Wykorzystanie środków Unii Europejskiej na rynku turystycznym
2. Europejski rynek turystyczny
3. Regionalne aspekty rozwoju rynku turystycznego

Tom V Podaż turystyczna jako determinanta kształtowania popytu turystycznego

1. Produkty turystyczne
2. Produkt turystyki wiejskiej
3. Funkcjonowanie przedsiębiorstw turystycznych

Podział treści podyktowany był zakresem tematycznym publikacji autorских. Wydaje się, że tak przedstawiona problematyka stanowi spójne źródło dotyczące zagadnień popytu turystycznego w kontekście procesów zachodzących na rynku turystycznym.

Aleksander Panasiuk