

Mirosław MARCZAK*
Jacek BORZYSZKOWSKI**

REGION (OBSZAR) JAKO PRODUKT TURYSTYCZNY

Zarys treści: W artykule przedstawiono różnorodne koncepcje postrzegania obszaru (regionu) turystycznego, jako produktu turystycznego. W szczególności w opracowaniu zaprezentowano: definicje produktu turystycznego według różnych autorów, rynki odbiorców produktów jednostki przestrzennej, elementy składowe produktu turystycznego jako obszaru, układ komponentów produktu turystycznego regionu.

Słowa kluczowe: produkt turystyczny, obszar recepcji turystycznej, region turystyczny.

REGION (AREA) AS TOURISTIC PRODUCT

Article shows concepts of perception of regions as touristic products. The present thesis may prove useful for local governments in Poland which undertake various activities for the development of the tourist function, e.g. when formulating a development strategy or a promotional campaign. Apart from it, the thesis constitutes an important source of information for students of specialties connected with tourism.

Key words: touristic product, area of touristic reception, touristic region.

* doktor nauk ekonomicznych, Instytut Ekonomii i Zarządzania, Zakład Turystyki, Politechnika Koszalińska

** doktor nauk ekonomicznych, Instytut Ekonomii i Zarządzania, Zakład Turystyki, Politechnika Koszalińska