

SPIS TREŚCI

Wstęp	IX
Alfabetyczny wykaz haseł	XIII
CZĘŚĆ I. TURYSTYKA JAKO ZJAWISKO SPOŁECZNO-EKONOMICZNE	1
1. Turystyka, turysta, ruch turystyczny	1
2. Produkt turystyczny	24
3. Rynek turystyczny	44
4. Psychologia rynku turystycznego	61
5. Organizacja sfery obsługi ruchu turystycznego	73
6. Przestrzenie turystyki i osadnictwo turystyczne	95
6.1. Przestrzenie turystyki	95
6.2. Region turystyczny	111
6.3. Regiony turystyczne Polski	114
6.4. Regiony turystyczne świata	119
6.5. Osadnictwo turystyczne	124
CZĘŚĆ II. ZWIĄZKI TURYSTYKI Z SEKTOREM PUBLICZNYM	131
Wprowadzenie	131
1. Rozmiary turystyki w Polsce i na świecie	133
2. Metody pomiaru ruchu turystycznego i obrotów turystycznych	148
3. Metody obliczania wpływu turystyki na dochód narodowy i bilans płatniczy	163
3.1. Udział turystyki w dochodzie narodowym	164
3.1.1. Metoda strumieni produktów	165
3.1.2. Metoda kosztowa	168
3.2. Udział turystyki w bilansie płatniczym	170
3.3. Wpływ turystyki na aktywizację gospodarki – mnożnik	172
4. Pozytywne i negatywne społecznie następstwa rozwoju turystyki	176
5. Stymulowanie procesów gospodarczych w turystyce	181
5.1. Tworzenie uwarunkowań rozwoju turystyki	182
5.2. Oddziaływanie pośrednie na przedsiębiorstwa	190
6. Turystyka a zadania organów państwowych, budżet państwa, fundusze parabudżetowe i środki z funduszy Unii Europejskiej	201
6.1. Zadania organów państwowych w zakresie turystyki	201
6.2. Powiązania turystyki z budżetem państwa	205
6.3. Powiązania turystyki z funduszami parabudżetowymi	213
6.4. Powiązania turystyki z funduszami Unii Europejskiej	216

7. Turystyka a zadania i źródła finansowania działalności samorządu terytorialnego . . .	219
7.1. Specyfika działalności samorządu terytorialnego	219
7.2. Organizacja i zadania samorządu terytorialnego w Polsce.	223
7.3. Powiązania turystyki z finansami samorządu terytorialnego	229
7.3.1. Budżety gmin.	230
7.3.2. Budżety samorządu powiatowego i województwa	242

CZĘŚĆ III. PRZEDSIĘBIORSTWO NA RYNKU TURYSTYCZNYM 245

Wprowadzenie.	245
1. Formy organizacyjne prowadzenia działalności gospodarczej w turystyce.	246
1.1. Definicja przedsiębiorstwa	246
1.2. Rodzaje organizacji gospodarczych	249
1.3. Rodzaje przedsiębiorstw działających na rynku turystycznym	255
1.3.1. Charakterystyka touroperatora i agenta	265
1.3.2. Rola technologii informacyjnych w procesie dystrybucji usług turystycznych	271
1.3.3. Wytwórcy usług turystycznych	275
1.3.4. Instrumenty ekonomiczne oddziałujące na przedsiębiorstwa turystyczne	284
1.4. Hotelarstwo jako działalność o najwyższym zaangażowaniu kapitałowym	293
1.4.1. Cechy branży hotelarskiej	293
1.4.2. Cykl obsługi klienta w hotelach.	298
2. Analiza finansowa i zarządzanie finansami przedsiębiorstw turystycznych	304
2.1. Środki rzeczowe i finansowe do prowadzenia działalności	305
2.2. Rachunkowość zarządcza i jej wpływ na kontrolę realizacji bieżących działań przedsiębiorstwa	317
2.3. Kryteria ocen przedsiębiorstwa i mierniki jego efektywności finansowej.	324
2.4. Strategia firm turystycznych	337

CZĘŚĆ IV. ZINTEGROWANE ZARZĄDZANIE REGIONEM TURYSTYCZNYM . . . 341

Wprowadzenie.	341
1. Region jako miejsce koncentracji ruchu turystycznego	343
1.1. Wyodrębnianie regionów turystycznych.	343
1.2. Typy regionów i sposoby zarządzania nimi	353
1.2.1. Turystyka w regionach miejskich.	353
1.2.2. Turystyka w regionach wiejskich	356
2. Jakość usług w regionie turystycznym	361
2.1. Rozwój ekonomiczny regionu a jakość życia mieszkańców	364
2.2. Sposoby zapewnienia akceptacji ludności miejscowej dla rozwoju turystyki	367
2.3. Jakość środowiska naturalnego a jakość turystyki.	373
2.3.1. Środowisko naturalne.	373
2.3.2. Jakość środowiska naturalnego	388
3. Metody zintegrowanego zarządzania jakością w regionie turystycznym.	392

3.1. Przywództwo i partnerstwo	394
3.2. Budowa strategii rozwoju turystyki w regionach.....	396
3.2.1. Założenia do strategii.....	398
3.2.2. Część analityczna strategii.....	400
3.2.3. Część planistyczna strategii.....	404
3.3. Zarządzanie kadrami w turystyce.....	417
3.4. Prawo i ubezpieczenia jako warunek jakości usług turystycznych	429
Literatura zalecana.....	457
Spis rycin.....	460
Spis tabel.....	462

LITERATURA ZALECANA

- Alejziak W., *Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku*, Albis, Kraków 1999.
- Altkorn J., *Marketing w turystyce*, PWN, Warszawa 1994.
- Andrzejewski M., Gołębski G., *Wpływ kanałów dystrybucji na rynek touroperatorów w Polsce*, w: *Uwarunkowania przedsiębiorczości i jakości w turystyce w świetle badań krajowych i międzynarodowych*, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 2007.
- Bajcar A., *Regiony turystyczne Polski*, „Geografia w szkole”, nr 3 i 4, Warszawa 1969.
- Bednarska M., Gołębski G., Markiewicz E., Olszewski M., *Przedsiębiorstwo turystyczne w ujęciu statycznym i dynamicznym*, PWE, Warszawa 2007.
- Briggs S., *Marketing w turystyce*, PWE, Warszawa 2003.
- Bull A., *The economics of travel and tourism*, Willy Halsted Press, 1992.
- Butler R.W., *The Concept of a Tourism Area Cycle Evolution: Implications for Management of Resources*, „Canadian Geographer” 1980.
- Cullen P., *Economics for Hospitality Management*, Thompson Learning, London 2002.
- Davidson R., *Turystyka*, PAPT, Warszawa 1996.
- Drzewiecki M., *Wiejska przestrzeń rekreacyjna*, Instytut Turystyki, Warszawa 1992.
- Dubaniewicz H., Nurek T., Zawadzka A., *Biometeorologia turysty*, cz. 1 i 2, AWF w Gdańsku, Gdańsk 1998.
- Gaworecki W.W., *Turystyka*, PWE, Warszawa 2000.
- Geografia turystyczna świata*, pod red. J. Warszzyńskiej, cz. 1 i 2, WN PWN, Warszawa 1995.
- Gołębski G., *Rynek turystyczny w Polsce*, Biblioteka IRW, Warszawa 1979.
- Gołębski G., *Przedsiębiorstwo turystyczne w gospodarce rynkowej*, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 1998.
- Gołębski G., *Integrated Quality Management – kształtowanie jakości produktu turystycznego w regionie*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny”, z. 3 i 4, 1999a.
- Gołębski G., *Kształtowanie instrumentów ekonomiczno-finansowych w turystyce*, w: *Rozwój usług turystycznych u progu XXI wieku*, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 1999b.
- Gołębski G., *Culture and the development of new tourism product in Poland*, Publication of Aiest, St. Gallen 2000a.
- Gołębski G., *Destination marketing form investors*, w: *Tourism Destination Marketing*, Dublin 2000b.
- Gołębski G., Olszewski M., *Strategia rozwoju produktu turystycznego Krainy Podgrzybka*, Poznań 2007.
- Holloway J.Ch., Robinson C., *Marketing w turystyce*, PWE, Warszawa 1997.
- Hotel Management and operation*, pod red. D. Rutheforda, New York 1990.
- Integrated Quality Management in Rural Tourist Destination, Draft Final Publication*, Bruksela 1999.
- Jafari J., *Annals of Tourism Research: a social sciences journal*, University of Wisconsin-Stout. Department of Habitational Resources Tourism, Pergamon Press, New York 1973.

- Jaruga A., *Nowoczesna rachunkowość w zarządzaniu przedsiębiorstwami*, PWE, Warszawa 1998.
- Jedlińska M., Szubert-Zarzeczny U., *Gospodarka turystyczna*, Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu, Wrocław 1992.
- Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., *Produkt turystyczny: pomysł, organizacja, zarządzanie*, PWE, Warszawa 2005.
- Knowles T., *Zarządzanie hotelarstwem i gastronomią*, PWE, Warszawa 2001.
- Krippendorf J., *Wołanie o nową światową politykę turystyczną*, „Problemy Turystyki”, nr 3, Warszawa 1983.
- Krzymowska-Kostrowicka A., *Geoekologia turystyki i wypoczynku*, PWN, Warszawa 1997.
- Kuniszuk K., *Skuteczność zarządzania hotelem a zastosowanie rachunkowości zarządczej*, praca doktorska, SGH, Warszawa 1998.
- Lijewski T., Mikułowski B., Wyrzykowski J., *Geografia turystyki Polski*, PWE, Warszawa 1985.
- Liszewski S., *Klasyfikacja i typologia osadnictwa turystycznego – założenia teoretyczne*, „Rocznik CPBP” 08.06., Instytut Turystyki, Warszawa 1989.
- Liszewski S., *Przestrzeń turystyczna*, „Turizm”, t. 5, z. 2, Uniwersytet Łódzki, Łódź 1995.
- Liszewski S., *Przestrzeń turystyczna miasta (na przykładzie Łodzi)*, „Turizm”, t. 9, z. 1, Uniwersytet Łódzki, Łódź 1999.
- Liszewski S., *Przestrzenie turystyki i ich transformacja we współczesnym świecie*, „Turizm”, t. 16, z. 2, Uniwersytet Łódzki, Łódź 2006.
- Liszewski S., Baczarow M., *Istota i właściwości przestrzeni rekreacyjno-turystycznej*, „Turizm”, t. 8, z. 1, Uniwersytet Łódzki, Łódź 1998.
- Lozato-Giotart J.P., *Géographie du tourisme*, Masson, Paryż, 1993.
- Mac Cannell D., *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*, Muza, Warszawa 2005.
- Macchiavelli A., *Productivity in tourism*, Publication of the AIEST, Editions AIEST, St-Gallen (Switzerland), t. 49, 2007.
- Majewski J., Lane B., *Turystyka wiejska i rozwój lokalny*, Fundacja Fundusz Współpracy, Poznań 2001.
- Marketingowa strategia rozwoju przestrzeni*, pod red. M. Obrębalskiego, Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu, Wrocław 1998.
- Maslow A., *Motywacja i osobowość*, PAX, Warszawa 1990.
- Matczak A., *Województwa o funkcji turystycznej a obszary o skażonym środowisku geograficznym w Polsce*, „Turizm”, t. 5, z. 1, Uniwersytet Łódzki, Łódź 1999.
- Middleton V.T.C., *Marketing w turystyce*, PAPT, Warszawa 1996.
- Mileska M.I., *Regiony turystyczne Polski. Stan obecny i potencjalne warunki rozwoju*, „Prace Geograficzne”, nr 43, Instytut Geografii PAN, Warszawa 1963.
- Mill R.R., Morrison A., *The Tourism System*, Prentice Hall Inc., New Jersey 1985.
- Miossec J.M., *Un modèle de l'espace touristique*, „L'Espace géographique”, nr 1.
- Mynarski S., *Praktyczne metody analizy danych rynkowych i marketingowych*, Zakamycze, Kraków 2000.
- Nesterowicz M., *Prawo turystyczne*, BRANTA, Bydgoszcz 1999.
- Niezgoda A., *Obszar recepcji turystycznej w warunkach rozwoju zrównoważonego*, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 2006.
- Niezgoda A., Zmyślony P., *Popyt turystyczny. Uwarunkowania i perspektywy rozwoju*, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 2006.

- Obrębalski M., *Aspekty regionalne i lokalne*, Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu, Wrocław 1998.
- Okońska-Zaremba M., *Działania Ministra Gospodarki stymulujące turystykę krajową i przyjazdową do Polski oraz rozwój inwestycji*, w: *Możliwości wykorzystania turystyki jako stymulatora rozwoju kraju i regionów*, Tour Salon, Poznań 2002.
- Oppermann M., *Tourism Space in Developing Countries*, „Annals of Tourism Research”, t. 20, nr 3, 1993.
- Ostrowski S., Krippendorf J., *Wołanie o nową światową politykę turystyczną*, „Problemy Turystyki”, nr 3, Instytut Turystyki, Warszawa 1983.
- Page S., *Transport of tourism*, Routledge, London 1994.
- Porter M., *Strategia konkurencji*, PWE, Warszawa 1992.
- Przeclawski K., *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*, Albis, Kraków 1996a.
- Przeclawski K., *Etyczne podstawy turystyki*, Albis, Kraków 1996b.
- Przeclawski K., *Wprowadzenie do filozofii turystyki*, w: *Turystyka w badaniach naukowych*, pod red. R. Winiarskiego, W. Alejzaka, Kraków-Rzeszów 2005.
- Raciborski J., *Usługi turystyczne. Przepisy i komentarz*, Wydawnictwo Prawnicze, Warszawa 1999.
- Regionalne aspekty rozwoju turystyki*, pod red. G. Gołębskiego, PWN, 1999.
- Rogalewski O., *Zagospodarowanie turystyczne*, WSiP, Warszawa 1974.
- Samuelson P., Nordhaus W., *Ekonomia*, t. I, PWE, Warszawa 1990.
- Schmidgall R.S., *Hospitality industry manorial a country*, Educational Institute of the American Hotel and Motel Association, 1990.
- Sustainable tourism and natura 2000, Guidenness Instantiates and good practices in Europe*, Environment DG European Commission 2001.
- Tribe J., *The economics of leisure and tourism*, Butterworth/Heinemann, Oxford 2003.
- Turystyka*, pod red. W. Kurka, PWN, Warszawa 2007.
- Warszyńska J., *Ocena zasobów środowiska naturalnego dla potrzeb turystyki* (na przykładzie woj. krakowskiego), „Prace Geograficzne Uniwersytetu Jagiellońskiego”, Kraków 1974.
- Warszyńska J., Jackowski A., *Podstawy geografii turystyki*, PWN, Warszawa, 1979.
- Weiermair K., *On the concepts and definition of quality in tourism*, Publication Aiest, St. Gallen, 1997.
- Wodejko S., *Gospodarka turystyczna a grupy interesu*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2006.
- Wprowadzenie do filozofii turystyki*, w: *Turystyka w badaniach naukowych*, pod red. R. Winiarskiego, W. Alejzaka, Kraków-Rzeszów 2005.
- Zaręba D., *Ekoturystyka. Wyzwania i nadzieje*, WN PWN, Warszawa 2000.

SPIS RYCIN

- Ryc. 1. System i poziomy zarządzania turystyką
- Ryc. 2. Przestrzeń penetracji turystycznej. Wielkość wyjazdów na grzybobrania pracowników łódzkich zakładów pracy
- Ryc. 3. Przestrzeń penetracji turystycznej. Wyjazdy wycieczkowe mieszkańców Łodzi
- Ryc. 4. Obszary zajmowane przez poszczególne typy przestrzeni turystycznej na terenie północnej części krawędzi Wyżyny Łódzkiej
- Ryc. 5. Schemat miejskiej przestrzeni turystycznej
- Ryc. 6. Przestrzeń kolonizacji turystycznej. Modele rozplanowania przestrzennego osiedli wiejskich posiadających działki i domy letniskowe
- Ryc. 7. Cykl życiowy kurortu
- Ryc. 8. System podaży turystycznej
- Ryc. 9. Międzynarodowe podróże turystyczne na świecie w latach 1950–2020
- Ryc. 10. Międzynarodowe podróże na świecie i w Europie w latach 1995–2007
- Ryc. 11. Wpływy z turystyki międzynarodowej na świecie i w Europie w latach 1995–2006
- Ryc. 12. Przyjazdy cudzoziemców i turystów zagranicznych do Polski w latach 1992–2007
- Ryc. 13. Wydatki cudzoziemców i turystów zagranicznych
- Ryc. 14. Wyjazdy zagraniczne mieszkańców Polski
- Ryc. 15. Krajowe wyjazdy urlopowo-wakacyjne i wyjazdy krótkie
- Ryc. 16. Cele wyjazdów urlopowo-wakacyjnych w 1999 r.
- Ryc. 17. Wskaźnik koniunktury popytu na usługi przedsiębiorstw prowadzących działalność związaną z turystyką w okresie styczeń 2006–grudzień 2007 r.
- Ryc. 18. Rachunek satelitarny turystyki. Struktura spożycia turystycznego w 2004 r. wg grup konsumentów
- Ryc. 19. Rachunek satelitarny turystyki. Turystyczna wartość dodana w 2004 r. wg rodzajów działalności
- Ryc. 20. Rachunek satelitarny turystyki. Udział wybranych grup działalności w nakładach inwestycyjnych charakterystycznych rodzajów działalności turystycznej w 2004 r.
- Ryc. 21. Wyznaczanie wielkości produktu przez zwiększoną konsumpcję i inwestycje
- Ryc. 22. System podaży turystycznej
- Ryc. 23. Rodzaje przedsiębiorstw turystycznych oraz powiązania pomiędzy nimi
- Ryc. 24. Rodzaje aktywności gospodarczej biur podróży
- Ryc. 25. Kanały dystrybucji typu B2B usprawniające współpracę touroperatorów z agentami
- Ryc. 26. Kanały dystrybucji typu B2B usprawniające współpracę dostawcy z agentami
- Ryc. 27. Kanały dystrybucji typu B2B wytwórcy
- Ryc. 28. Kanały dystrybucji typu B2C touroperatora
- Ryc. 29. Kształtowanie się zysków w zależności od struktury kosztów w przedsiębiorstwie
- Ryc. 30. Minimalizowanie strat w krótkim czasie w przedsiębiorstwie hotelowym
- Ryc. 31. System podaży turystycznej

- Ryc. 32. Elementy wpływające na atrakcyjność turystyczną i inwestycyjną regionu
- Ryc. 33. Zależność między popytem turystycznym a jakością życia mieszkańców obszaru recepcji turystycznej
- Ryc. 34. Atrakcyjność turystyczna jeziora Wigry
- Ryc. 35. Długość sezonu kąpielowego
- Ryc. 36. Wartości zdrowotne środowiska przyrodniczego okolic jeziora Wigry
- Ryc. 37. Typy bioklimatu Polski
- Ryc. 38. Obszary turystyczne zagrożone ekologicznie w Polsce
- Ryc. 39. Stan zanieczyszczenia środowiska przyrodniczego Polski
- Ryc. 40. Koncepcja modelowa zarządzania jakością usług
- Ryc. 41. Inwestycje turystyczne w miejscu docelowym
- Ryc. 42. Rola sektora publicznego w tworzeniu strategii produktu turystycznego
- Ryc. 43. Sekwencje działań w części planistycznej strategii

SPIS TABEL

- Tabela 1. Zmiany popytu turystycznego. Koncepcja „Hard&Soft Tourism”
- Tabela 2. Charakterystyka typów przestrzeni turystycznej
- Tabela 3. Ruch turystyczny w regionach świata
- Tabela 4. Przyjazdy turystów zagranicznych do czołowych krajów
- Tabela 5. Przychody z przyjazdów cudzoziemców w wybranych krajach
- Tabela 6. Kraje, których mieszkańcy najczęściej wydają na turystykę zagraniczną
- Tabela 7. Znaczenie gospodarki turystycznej i przemysłu turystycznego w świecie
- Tabela 8. Przyjazdy turystów zagranicznych wg krajów
- Tabela 9. Przyjazdy turystów zagranicznych w celach turystyczno-wypoczynkowych
- Tabela 10. Uczestnictwo mieszkańców Polski w turystyce
- Tabela 11. Wpływy z turystyki w latach 1998–1999
- Tabela 12. Obecne i przyszłe znaczenie gospodarki turystycznej i przemysłu turystycznego w Polsce
- Tabela 13. Lotniczy ruch pasażerski w Polsce w latach 2003–2006
- Tabela 14. Kształtowanie się popytu turystycznego w Polsce oraz dynamika jego rozwoju do 2016 r.
- Tabela 15. Źródła pozyskiwania i wykorzystania zasobów w przedsiębiorstwie hotelarskim
- Tabela 16. Rachunek zysków i strat za okres 1 roku (wariant kalkulacyjny)
- Tabela 17. Struktura kosztów hotelu
- Tabela 18. Raport operacyjny – rachunek strat i zysków w jednym z hoteli orbisowskich w Polsce
- Tabela 19. Typy inwestycji oraz możliwości ich realizacji przez poszczególne sektory