

Spis treści

Wstęp	9
 CZĘŚĆ I. Istota międzynarodowych stosunków ekonomicznych w turystyce doby globalizacji	
11	
1. Podmioty światowej gospodarki turystycznej w wybranych podsektorach	13
1.1. Podmioty światowego podsektora usług noclegowych	18
1.2. Podmioty światowego podsektora transportu lotniczego	23
1.3. Podmioty światowego podsektora organizacji imprez turystycznych	28
Studium przypadku: <i>First Choice — wczoraj i dziś</i>	32
2. Rodzaje międzynarodowych stosunków gospodarczych w turystyce	37
2.1. Powiązania handlowe	37
2.2. Powiązania produkcyjno-technologiczne	38
2.3. Powiązania finansowo-kredytowe i kapitałowe	40
2.4. Współpraca międzynarodowa w sferze turystyki	44
2.4.1. Motywy międzynarodowej polityki turystycznej	45
2.4.2. Organizacje i stowarzyszenia prowadzące międzynarodową politykę turystyczną	47
2.4.3. Umowy międzynarodowe	52
3. Regionalne polityki turystyczne — wybrane przykłady	55
3.1. Polityka turystyczna Afryki	55

Studium przypadku: Polityka rządów dotycząca turystyki w Afryce i roli stowarzyszeń branżowych w RPA	57
3.2. Priorytety polityki turystycznej Ameryki Łacińskiej	59
3.3. Główne problemy turystyczne Azji	60
3.4. Polityka turystyczna Unii Europejskiej	61
3.4.1. Podstawy prawne	62
3.4.2. Organy Unii Europejskiej zajmujące się turystyką	64
3.4.3. Rozwój polityki turystycznej Unii Europejskiej	66
3.4.4. Finansowanie przedsięwzięć turystycznych w Unii Europejskiej.	
Wsparcie przedsięwzięć turystycznych z funduszy strukturalnych w latach 2007–2013 w Polsce	73
4. Mikro- i makroekonomiczne efekty międzynarodowych stosunków gospodarczych w wybranych podsektorach światowej gospodarki turystycznej	77
4.1. Podsektor usług noclegowych	79
4.2. Podsektor usług gastronomicznych	80
4.3. Podsektor organizacji imprez turystycznych	81
4.4. Podsektor transportu lotniczego	83
 CZĘŚĆ II. Międzynarodowe stosunki ekonomiczne w turystyce a globalizacja sektora turystycznego	 89
5. Istota globalnych sektorów i światowej konkurencji.	
Uwarunkowania ewolucji sektorów w kierunku globalnym	91
5.1. Atrybuty sektorów globalnych	91
5.2. Bariery rozwoju sektorów	92
5.3. Czynniki wywołujące globalizację sektora	93
6. Korzyści skali w gospodarce turystycznej	97
6.1. Podsektor hoteli i restauracji	99
Studium przypadku: Globalny zasięg działalności grupy hotelowej Accor	103
Studium przypadku: Hyatt — firma innowacyjna	104
6.2. Podsektory dystrybucji turystycznej i transportu lotniczego	105
7. Zmiana i racjonalizacja kanałów dystrybucji produktu turystycznego	113
7.1. Trendy w zakresie dystrybucji produktu turystycznego	114
7.2. Specyfika regionalnych systemów dystrybucji turystycznej	116
Studium przypadku: Działalność biura podróży Mark Warner	120

Studium przypadku: Obniżanie kosztów dystrybucji na przykładzie easyJet	120
8. Zmiana kosztów czynników produkcji w turystyce	123
8.1. Podsektor usług noclegowych	125
8.2. Podsektor transportu lotniczego	125
9. Łagodzenie ograniczeń państwowych w gospodarce turystycznej i różnic społeczno-ekonomicznych	129
9.1. Liberalizacja w zakresie formalności granicznych	130
9.2. Działalność OECD i UNWTO — znaczący element integracji ekonomicznej, w tym turystycznej	139
10. Innowacyjność w światowej gospodarce turystycznej stymulatorem globalizacji sektora	151
10.1. Istota i znaczenie innowacji w turystyce	153
Studium przypadku: Turystyka przygodowa w Szkocji i Nowej Zelandii	156
Studium przypadku: Innowacyjność w hotelach na Balearach	167
10.2. Technologie informacyjne a konkurencja w światowej gospodarce turystycznej	157
Zakończenie	165
Bibliografia	171