

---

# Spis treści

---

<b>Wstęp</b>	7
<b>Rozdział 1</b>	
<b>Teoretyczne podstawy turystyki biznesowej</b>	11
1.1. Miejsce podróży służbowych w turystyce	11
1.2. Pojęcie i zakres turystyki biznesowej	14
1.3. Cechy turystyki biznesowej	22
<b>Rozdział 2</b>	
<b>Formy turystyki biznesowej</b>	25
2.1. Turystyka konferencyjno-kongresowa	25
2.2. Turystyka motywacyjna i korporacyjna	39
2.3. Przemysł wystawienniczy	47
2.4. Zestawienie form turystyki biznesowej	51
<b>Rozdział 3</b>	
<b>Rynek turystyki biznesowej</b>	54
3.1. Pojęcie i struktura rynku turystyki biznesowej	54
3.2. Makro- i mikrootoczenie turystyki biznesowej	56
3.3. Popyt na turystykę biznesową	68
3.4. Organizatorzy turystyki biznesowej	76
3.5. Rynek turystyki biznesowej w Polsce	86
<b>Rozdział 4</b>	
<b>Produkt turystyki biznesowej</b>	96
4.1. Istota i struktura produktu turystycznego	96
4.2. Struktura produktu turystyki biznesowej	105
4.2.1. Usługi noclegowe	112
4.2.2. Usługi gastronomiczne	115
4.2.3. Usługi dodatkowe	119
4.3. Promocja produktu turystyki biznesowej	125

## Rozdział 5

**Determinanty kreacji i rozwoju produktu turystyki biznesowej** 133

- |  |     |
|--|-----|
| 5.1. Uwarunkowania kreacji i rozwoju produktu turystyki biznesowej | 133 |
| 5.1.1. Uwarunkowania instytucjonalne                               | 136 |
| 5.1.2. Uwarunkowania kadrowe                                       | 140 |
| 5.1.3. Uwarunkowania logistyczno-transportowe                      | 142 |
| 5.1.4. Uwarunkowania finansowe                                     | 144 |
| 5.1.5. Uwarunkowania cenowo-walutowe                               | 148 |
| 5.1.6. Uwarunkowania inwestycyjne                                  | 153 |
| 5.1.7. Uwarunkowania w zakresie innowacji                          | 157 |

## Rozdział 6

**Studium przypadku – turystyka biznesowa w województwie zachodniopomorskim** 164

- |   |     |
|---|-----|
| 6.1. Wybrane elementy atrakcyjności turystycznej województwa zachodniopomorskiego                                 | 164 |
| 6.2. Możliwości wykorzystania oferty turystycznej województwa zachodniopomorskiego dla turystyki biznesowej       | 170 |
| 6.3. Turystyka biznesowa w hotelach i na promach  | 175 |
| 6.4. Turystyka biznesowa a organizatorzy biznesowych imprez zbiorowych  | 194 |
| 6.5. Analiza SWOT uwarunkowań województwa zachodniopomorskiego w kontekście kreacji produktu turystyki biznesowej | 202 |
| 6.6. Produkt turystyki biznesowej w województwie zachodniopomorskim   | 209 |

**Zakończenie** 223**Spis rysunków** 225**Spis tabel** 227**Bibliografia** 229