

Spis treści

WSTĘP	9
ROZDZIAŁ I: PRZEDMIOT DZIAŁALNOŚCI WYSPECJALIZOWANYCH PODMIOTÓW POŚREDNICTWA I ORGANIZACJI W TURYSTYCE. PODSTAWOWE POJĘCIA I DEFINICJE	15
1. Definicje biur podróży	16
2. Prawne regulacje dotyczące przedmiotu działalności biur podróży	24
3. Przedmiot działalności pośrednictwa i organizacji w turystyce	26
3.1. Usługa pośrednictwa	26
3.2. Usługa organizacji	29
ROZDZIAŁ II: CECHY RYNKU TURYSTYCZNEGO JAKO PRZESŁANKI ZAPOTRZEBOWANIA NA DZIAŁALNOŚĆ POŚREDNICTWA I ORGANIZACJI	35
1. Natura turystyki, popyt turystyczny, gospodarka turystyczna	36
2. Przedmiot popytu turystycznego	38
3. Punkt widzenia konsumenta. Funkcja produkcji użyteczności w turystyce a zapotrzebowanie na pośrednictwo i organizację	43
3.1. Cechy popytu i podaży jako przesłanki funkcji produkcji użyteczności turystycznej	43
3.2. Funkcja produkcji użyteczności turystycznej	47
4. Punkt widzenia producenta. Funkcja użyteczności producenta a zapotrzebowanie na pośrednictwo i organizację	53
4.1. Funkcja użyteczności producenta	53
4.2. Maksymalizacja funkcji celu producenta a popyt na jego usługi	57
4.3. Popyt producentów na usługi pośrednictwa i organizacji	59
ROZDZIAŁ III: TENDENCJE ROZWOJU POPYTU TURYSTYCZNEGO A ZAPOTRZEBOWANIE NA POŚREDNICTWO I ORGANIZACJĘ	65
1. Uwagi ogólne	66
2. Historyczne czynniki rozwoju ruchu i popytu turystycznego	67
2.1. Postęp w transporcie	68
2.2. Instytucjonalizacja czasu wolnego	73
2.3. Wzrost stopy życiowej	74
2.4. Rozwój innych elementów podaży usług turystycznych	75
2.5. Regulacje prawne dotyczące przekraczania granic państwowych	76
2.6. Podróże służbowe	77
2.7. Uwagi końcowe	77

3. Skala i zróżnicowanie popytu turystycznego a zapotrzebowanie na działalność pośrednictwa i organizacji	78
3.1. Zasięg przestrzenny ruchu turystycznego a zapotrzebowanie na działalność pośrednictwa i organizacji	78
3.2. Wzrost dochodów ludności a zapotrzebowanie na działalność pośrednictwa i organizacji	80
3.3. Podróże służbowe jako generator popytu na usługi agentów podróży i turoperatorów	82
3.4. Zasób czasu wolnego a popyt na usługi pośrednictwa i organizacji	84
3.5. Różnicowanie struktury przestrzenno-rodzajowej popytu turystycznego	86
 ROZDZIAŁ IV: PROCESY ROZWOJU PODAŻY PODSTAWOWYCH USŁUG TURYSTYCZNYCH STYMULUJĄCE POPYT PRODUCENTÓW NA USŁUGI POŚREDNICTWA I ORGANIZACJI	
1. Rozwój transportu jako czynnik stymulujący działalność podmiotów pośrednictwa i organizacji w turystyce	88
1.1. Biura podróży jako sieć sprzedaży usług przewoźników	89
1.1.1. Transport kolejowy	89
1.1.2. Transport morski	93
1.1.3. Transport lotniczy	97
1.2. Wpływ działalności organizatorskiej biur podróży na wykorzystanie podaży usług transportowych	98
1.2.1. Transport kolejowy	98
1.2.2. Transport morski	101
1.2.3. Transport lotniczy	102
1.2.4. Transport autokarowy	106
2. Rozwój hotelarstwa jako czynnik stymulujący działalność pośrednictwa i organizacji w turystyce	107
2.1. Wzrost skali działalności i stopnia koncentracji kapitału zakładu hotelarskiego	107
2.2. Skala działalności podmiotu a stopień ryzyka ekonomicznego	108
2.3. Formy organizacji sprzedaży usług a ryzyko handlowe i cena	109
 ROZDZIAŁ V: HISTORYCZNY ROZWÓJ FORM INSTYTUCJONALNYCH POŚREDNICTWA I ORGANIZACJI NA ROZWINIĘTYCH RYNKACH TURYSTYCZNYCH	
1. Biura podróży XIX wieku	115
2. Główne kierunki rozwoju biur podróży na początku XX wieku	121
3. Okres międzywojenny	124
3.1. Początki powiązań pionowych między kolejami i biurami podróży	124
3.2. Początki powiązań poziomych między biurami podróży	125
3.3. Dalsze rozszerzenie oferty biur podróży	126
4. Tendencje rozwoju podmiotów pośrednictwa i organizacji po II wojnie światowej	127
4.1. Początki procesu rozdzielania instytucjonalnego działalności organizatorskiej i pośrednictwa	127
4.2. Procesy rozwoju rynku turoperatorского	128
5. Najważniejsze cechy współczesnego rynku turoperatorского	137
5.1. Monopolizacja rynku	138

5.2. Fuzje finansowe	140
5.3. Rola banków	142
5.4. Specjalizacja przedmiotu działalności	142
5.5. Sieć zbytu produktu	145
6. Instytucjonalny rozwój rynku detalicznych agentów podróży	146
7. Etapy rozwoju rynku usług pośrednictwa i organizacji	152

ROZDZIAŁ VI: ZNACZENIE I FUNKCJE PODMIOTÓW POŚREDNICTWA I ORGANIZACJI 155

1. Sfery, efekty oddziaływania i funkcje podmiotów	156
2. Funkcje jednostek pośrednictwa i organizacji względem popytu turystycznego	158
2.1. Główne funkcje biur podróży w zaspokojeniu potrzeb indywidualnych turysty	158
2.2. Mechanizmy wpływu pośrednictwa i organizacji na rozmiary i strukturę popytu turystycznego	162
3. Wpływ działalności podmiotów pośrednictwa i organizacji na podaż usług turystycznych	170
3.1. Ogólna charakterystyka problemu	170
3.2. Znaczenie usług turoperatorских i pośrednictwa dla producentów usług cząstkowych	171
3.3. Wpływ organizatorów podróży na podaż rynku turystycznego	174
4. Wpływ biur podróży na otoczenie społeczno-gospodarcze turystyki	175

ROZDZIAŁ VII: POLSKIE BIURA PODRÓŻY NA RYNKU TURYSTYCZNYM 181

1. Obraz instytucjonalny rynku biur podróży w Polsce	182
2. Nowe regulacje prawne dotyczące działalności pośrednictwa i organizacji i ich znaczenie dla kształtowania się branży biur podróży w Polsce	193

BIBLIOGRAFIA 196

1. Litaratura	196
2. Materiały źródłowe	199