

SPIS TREŚCI

Wprowadzenie

1

Czynniki rozwoju turystyki

Agata Balińska

1.1. Czynniki ekonomiczne	12
1.2. Urbanizacja	13
1.3. Czas wolny	16
1.4. Motywy turystyczne	17
1.5. Walory turystyczne	20
1.6. Polityka turystyczna	20
1.7. Rozwój środków transportu	25
1.8. Rozwój systemów komunikacyjnych	26
1.9. Pozostałe czynniki rozwoju turystyki	26
1.10. Podsumowanie	28

2

Rodzaje turystyki

Agata Balińska

2.1. Kryteria wyodrębniania rodzajów turystyki	29
2.2. Charakterystyka wybranych rodzajów turystyki	31
2.2.1. Turystyka aktywna	31
2.2.2. Turystyka krajoznawcza	33

2.2.3. Turystyka zdrowotna	34
2.2.4. Turystyka religijna	37
2.2.5. Turystyka etniczna	39
2.2.6. Turystyka biznesowa	40
2.2.7. Turystyka morska	43
2.2.8. Turystyka alternatywna	44
2.2.9. Turystyka przyrodnicza	46
2.2.10. Turystyka kulturowa	49
2.2.11. Turystyka wiejska i agroturystyka	54
2.2.12. Turystyka przemysłowa	57
2.2.13. Enoturystyka	59
2.2.14. Turystyka społeczna (socjalna)	60
2.2.15. Turystyka hobbystyczna	61
2.3. Podsumowanie	62

3

Funkcje turystyki

Jan Zawadka

3.1. Społeczno-kulturowe funkcje turystyki	65
3.2. Gospodarcze funkcje turystyki	72
3.3. Przestrzenno-środowiskowe funkcje turystyki	76
3.4. Podsumowanie	79

4

Rynek turystyczny

Jan Zawadka

4.1. Popyt turystyczny	80
4.2. Podaż turystyczna	82
4.3. Produkt turystyczny – istota, struktura i rodzaje	86
4.3.1. Walory turystyczne	90
4.3.2. Infrastruktura turystyczna	93
4.3.3. Pozostałe komponenty produktu turystycznego	97
4.3.4. Struktura produktu turystycznego	99
4.3.5. Rodzaje produktu turystycznego	99
4.4. Podsumowanie	101
	105

5

Usługi turystyczne i ich cechy

Jan Zawadka

	106
5.1. Usługi noclegowe	108
5.2. Usługi gastronomiczne	115
5.3. Usługi transportowe	119
5.4. Usługi pośrednictwa i organizacji turystycznej	126
5.5. Usługi informacyjne	132
5.6. Usługi przewodnickie i pilotaż wycieczek	134
5.7. Cechy usług turystycznych	137
5.8. Podsumowanie	138

6

Organizacja i zarządzanie turystyką w Polsce

Anna Sieczko

	140
6.1. Przesłanki zarządzania turystyką	141
6.2. Organizacja turystyki na szczeblu krajowym	144
6.2.1. Ministerstwo Sportu i Turystyki	144
6.2.2. Polska Organizacja Turystyczna (POT)	148
6.2.3. Polska Agencja Rozwoju Turystyki (PART)	150
6.2.4. Polska Izba Turystyki (PIT)	151
6.2.5. Izba Turystyki Rzeczypospolitej Polskiej (ITRP)	152
6.2.6. Pozostałe izby branżowe	153
6.2.7. Instytut Turystyki	155
6.2.8. Wybrane specjalistyczne organizacje turystyczne	156
6.3. Organizacja turystyki na szczeblu regionalnym	161
6.3.1. Urzędy marszałkowskie	161
6.3.2. Regionalne organizacje turystyczne (ROT)	162
6.3.3. Oddziały Polskiej Izby Turystyki	164
6.3.4. Regionalne izby turystyczne	165
6.4. Organizacja turystyki na szczeblu lokalnym	166
6.4.1. Urzędy gmin	166
6.4.2. Związki gmin	168
6.4.3. Lokalne organizacje turystyczne (LOT)	169
6.4.4. Stowarzyszenia agroturystyczne	171
6.4.5. Lokalne Grupy Działania (LGD)	173
6.5. Podsumowanie	174

7

Doradztwo w turystyce

Anna Sieczko

176

7.1. Przesłanki rozwoju działalności doradczej	177
7.2. Poradownictwo	179
7.3. Doradztwo turystyczne – próba definicji	180
7.4. Wyzwania stojące przed doradztwem turystycznym	183
7.5. Nowoczesne technologie informacyjne w doradztwie turystycznym	186
7.6. Zawód – doradca	189
7.7. Podsumowanie	193

Zagadnienia do dyskusji

195

Bibliografia

197

Akty prawne

207

Strony internetowe

207

Aneks

209