

SPIS TRECI

Wst p	9
--------------------	----------

Rozdział 1

Podstawowe zagadnienia dotycz ce jako ci usług turystycznych	12
1.1. Istota jako ci.....	12
1.2. Poj cie jako ci w turystyce.....	15
1.3. Usługi turystyczne.....	22

Rozdział 2

Mierniki jako ci przewozów turystycznych	28
2.1. Wzajemne relacje turystyki i transportu.....	28
2.2. Poj cie i cechy jako ci usług transportowych.....	30
2.3. Cechy jako ci przewozów w poszczególnych gał ziach i rodzajach transportu.....	37
2.3.1. Transport samochodowy.....	37
•2.3.2. Transport kolejowy.....	43
2.3.3. Transport lotniczy.....	48
2.3.4. egluga pasa erska.....	54
2.4. Jako przewozów turystycznych.....	66

Rozdział 3

Mierniki jako ci usług hotelarskich i gastronomicznych	71
3.1. Wzajemne relacje turystyki, hotelarstwa i gastronomii.....	71
3.2. Istota jako ci usług hotelarskich i gastronomicznych oraz ich cechy	76
3.3. Identyfikacja czynników kształtuj cych jako usług hotelarskich ...	81
3.4. Identyfikacja czynników kształtuj cych jako usług gastronomicznych.....	87
3.5. Kategoryzacja i rekomendacja jako istotne instrumenty pomiaru jako ci usług wiadczonych przez przedsi biorstwa hotelarskie i gastronomiczne.....	89

3.5.1. Kategoryzacja.....	89
3.5.2. Rekomendacja przedsi biorstw hotelarskich i gastronomicz- nych.....	96

Rozdział 4

Mierniki jako ci usług biur podró y.....	100
4.1. Istota działalno ci biur podró y - podmiotów po rednictwa i orga- nizacji w turystyce.....	100
4.2. Determinanty rozwoju usług po rednictwa i organizacji w turystyce	103
4.3. Znaczenie i funkcje podmiotów po rednictwa i organizacji w turys- tyce.....	106
4.4. Cechy współczesnego rynku po rednictwa i organizacji w turystyce	110
4.5. Standardy jako ci w podmiotach po rednictwa i organizacji w tu- rystyce.....	113
4.6. Kształtowanie jako ci usług po rednictwa i organizacji w turystyce	121

Rozdział 5

Mierniki jako ci obsługi ruchu turystycznego.....	129
5.1. Wielko i charakter ruchu turystycznego jako determinanta form jego obsługi.....	129
5.1.1. Definicja i główne rodzaje ruchu turystycznego.....	129
5.1.2. Czynniki determinuj ce wielko i struktur ruchu turys- tycznego.....	132
5.1.3. Turystyka zrównowa ona - nowy trend we współczesnej tu- rystyce.....	139
5.1.4. Jako produktu turystyki uzdrowiskowej.....	141
5.2. Wybrane formy obsługi ruchu turystycznego.....	146
5.2.1. Usługi informacji turystycznej.....	146
5.2.2. Pilota	149
5.2.3. Przewodnictwo.....	155
5.3. Metody okre lania jako ci wybranych usług zwi zanych z obsług ruchu turystycznego.....	161

Rozdział 6

Empiryczna ocena mierników jako ci wybranych usług turystycznych

6.1. Ocena jako ci kolejowych przewozów pasażerskich	171
6.2. Ocena jako ci produktu turystycznego uzdrowisk na przykładzie województwa zachodniopomorskiego	174
6.3. Analiza i ocena kształtowania jako ci usług w oddziale regionalnym biura podróży w Szczecinie	194
6.4. Wyniki badań opinii turystów zagranicznych w zakresie jako ci obsługi ruchu turystycznego i przewozów turystycznych w województwie zachodniopomorskim	202
6.5. Wyniki badań jako ci produktu turystycznego w opinii turystów odwiedzających województwo zachodniopomorskie	208
Bibliografia	221
Summary	227
Spis tabel i rysunków	229