

Spis treści

Wprowadzenie	7
--------------------	---

Część I

Budowa potencjału konkurencyjności turystyki w regionach

Rozdział 1

Orientacja konkurencyjna w zarządzaniu turystyką	13
--	----

Rozdział 2

Marka w turystyce	35
-------------------------	----

Część II

Uwarunkowania konkurencyjności biznesu turystycznego w polskich regionach

Rozdział 1

Syntetyczny obraz rynku turystycznego w Polsce	57
--	----

Rozdział 2

Czynniki konkurencyjności biznesu turystycznego w regionach

– podstawy metodyczne badań	65
-----------------------------------	----

Rozdział 3

Profile konkurencyjności MSPT w Polsce	75
3.1. Wprowadzenie teoretyczne	75
3.2. Omówienie wyników badań	75
3.3. Podsumowanie	79

Rozdział 4

Jakość kapitału ludzkiego w regionach	81
4.1. Wprowadzenie teoretyczne	81
4.2. Omówienie wyników badań	84
4.3. Podsumowanie	88
4.4. Rekomendacje	89

Rozdział 5

Instytucjonalne wsparcie finansowe przedsiębiorstw turystycznych	91
5.1. Wprowadzenie teoretyczne	91
5.2. Omówienie wyników badań	93
5.3. Podsumowanie	101

Rozdział 6

Zarządzanie wiedzą w przedsiębiorstwach turystycznych	103
6.1. Wprowadzenie teoretyczne	103
6.2. Omówienie wyników badań	105
6.3. Podsumowanie	110
6.4. Rekomendacje	111

Rozdział 7

Innowacyjność przedsiębiorstw turystycznych	113
7.1. Wprowadzenie teoretyczne	113
7.2. Omówienie wyników badań	115
7.3. Podsumowanie	122
7.4. Rekomendacje	123

Rozdział 8

Kierunki wykorzystania technologii informacyjnej

w przedsiębiorstwach turystycznych 125

8.1. Technologie informacyjne jako kluczowy czynnik budowy konkurencyjności
w sektorze turystycznym 125

8.2. Dźwignie konkurencyjności związane z wykorzystaniem technologii informacyjnych
– analiza wyników badań 131

8.3. Podsumowanie 164

8.4. Rekomendacje 165

Zakończenie 167

Bibliografia 169