

Wprowadzenie 9

1

Czynniki rozwoju turystyki 11

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 29

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 poprzemysłowa	57
2.2.13. Enoturystyka	59
2.2.14. Turystyka społeczna (socjalna)	60
2.2.15. Turystyka hobbystyczna	61
3. Podsumowanie	62

3

Funkcje turystyki

Jan Zawadka

63

1. Społeczno-kulturowe funkcje turystyki	65
2. Gospodarcze funkcje turystyki	72
3. Przestrzenno-środowiskowe funkcje turystyki	76
4. Podsumowanie	79

4

Rynek turystyczny

Jan Zawadka

80

1. Popyt turystyczny	82
2. Podaż turystyczna	86
3. Produkt turystyczny – istota, struktura i rodzaje	90
4.3.1. Walory turystyczne	93
4.3.2. Infrastruktura turystyczna	97
4.3.3. Pozostałe komponenty produktu turystycznego	99
4.3.4. Struktura produktu turystycznego	99
4.3.5. Rodzaje produktu turystycznego	101
4. Podsumowanie	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
--------------	-----