

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
Rozdział 1. Czas wolny jako determinanta popytu turystycznego	11
1.1. Rola czasu na globalnym rynku turystycznym – ujęcie popytowe <i>(Grzegorz Golembski, Agnieszka Niezgoda)</i>	11
1.2. Dysponowanie czasem wolnym w dobie zmian społeczno-gospodarczych <i>(Grzegorz Golembski, Agnieszka Niezgoda)</i>	20
Rozdział 2. Sektor publiczny a rozwój turystyki w regionach	30
2.1. Rola sektora publicznego w rozwoju strategii produktu turystycznego w regionach <i>(Grzegorz Golembski)</i>	30
2.2. Ocena oddziaływania samorządu na rozwój funkcji turystycznej dużego miasta <i>(Grzegorz Golembski, Justyna Majewska)</i>	41
Rozdział 3. Uwarunkowania rozwoju produktów turystycznych – wybrane zagadnienia	61
3.1. Wpływ kultury na kształtowanie się nowych produktów turystycznych w Polsce <i>(Grzegorz Golembski)</i>	61
3.2. Turystyka wiejska – masa krytyczna do zrehabilitowania schyłku rolnictwa <i>(Grzegorz Golembski, Janusz Majewski)</i>	73
3.3. Wpływ otwarcia autostrady A2 na rozwój turystyki w województwie lubuskim <i>(Grzegorz Golembski)</i>	90
Rozdział 4. Przedsiębiorczość przedsiębiorstw turystycznych	108
4.1. Metody badania przedsiębiorczości w polskim sektorze turystycznym <i>(Grzegorz Golembski)</i>	108
4.2. Przedsiębiorczość i innowacyjność liderów rynku turystycznego – analiza studium przypadku <i>(Grzegorz Golembski, Marcin Olszewski)</i>	123

Rozdział 5. Czynniki wzrostu efektywności przedsiębiorstw turystycznych.....	135
5.1. Wpływ nowoczesnych metod zarządzania hotelami na efekty ekonomiczne działalności operacyjnej (<i>Grzegorz Gołembski</i>).....	135
5.2. Wpływ globalnego kryzysu w gospodarce na trendy rozwoju sprzedaży w hotelach (<i>Grzegorz Gołembski, Justyna Majewska</i>).....	149
5.3. Wpływ kanałów dystrybucji elektronicznej na rynek touroperatorów w Polsce (<i>Grzegorz Gołembski, Maciej Andrzejewski</i>).....	165
Słownik.....	184
Bibliografia	185