

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 Golembki, Agnieszka Niezgoda</i>)	11
1.2. Dysponowanie czasem wolnym w dobie zmian społeczno-gospodarczych (<i>Grzegorz Golembki, 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 Golembki</i>).....	30
2.2. Ocena oddziaływania samorządu na rozwój funkcji turystycznej dużego miasta (<i>Grzegorz Golembki, 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 Golembki</i>).....	61
3.2. Turystyka wiejska – masa krytyczna do zrekomensowania schyłku rolnictwa (<i>Grzegorz Golembki, Janusz Majewski</i>)	73
3.3. Wpływ otwarcia autostrady A2 na rozwój turystyki w województwie lubuskim (<i>Grzegorz Golembki</i>).....	90
Rozdział 4. Przedsiębiorczość przedsiębiorstw turystycznych	108
4.1. Metody badania przedsiębiorczości w polskim sektorze turystycznym (<i>Grzegorz Golembki</i>).....	108
4.2. Przedsiębiorczość i innowacyjność liderów rynku turystycznego – analiza studium przypadku (<i>Grzegorz Golembki, 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 Golembki</i>).....	135
5.2. Wpływ globalnego kryzysu w gospodarce na trendy rozwoju sprzedaży w hotelach (<i>Grzegorz Golembki, Justyna Majewska</i>).....	149
5.3. Wpływ kanałów dystrybucji elektronicznej na rynek touroperatorów w Polsce (<i>Grzegorz Golembki, Maciej Andrzejewski</i>)	165
Słownik	184
Bibliografia	185