

Opis

Drugie, uzupełnione wydanie podręcznika do przedmiotów związanych z funkcjonowaniem i obsługą przedsiębiorstw turystycznych adresowane do studentów, doktorantów, słuchaczy studiów podyplomowych i wykładowców na kierunkach: turystyka i rekreacja, hotelarstwo oraz na wydziałach ekonomicznych ze specjalizacją turystyczną.

Spis treści

Wstęp 9

ROZDZIAŁ 1. Przedmiot działalności wyspecjalizowanych podmiotów pośrednictwa 15

1.1. Definicje biur podróży 15

1.2. Prawne regulacje dotyczące przedmiotu działalności biur podróży 22

1.3. Przedmiot działalności pośrednictwa i organizacji w turystyce 24

1.3.1. Usługa pośrednictwa 24

1.3.2. Usługa organizacji 26

ROZDZIAŁ 2. Cechy rynku turystycznego jako przesłanki zapotrzebowania 31

2.1. Natura turystyki, popyt turystyczny, gospodarka turystyczna 31

2.2. Przedmiot popytu turystycznego 33

2.3. Punkt widzenia konsumenta. Funkcja produkcji użyteczności w turystyce a zapotrzebowanie 37

2.3.1. Cechy popytu i podaży jako przesłanki funkcji produkcji użyteczności 38

2.3.2. Funkcja produkcji użyteczności turystycznej 41

2.4. Punkt widzenia producenta. Funkcja użyteczności producenta a zapotrzebowanie 45

2.4.1. Funkcja użyteczności producenta 45

2.4.2. Maksymalizacja funkcji celu producenta a popyt na jego usługi 49

2.4.3. Popyt producentów na usługi pośrednictwa i organizacji 50

ROZDZIAŁ 3. Tendencje rozwoju popytu turystycznego a zapotrzebowanie 55

3.1. Uwagi ogólne 55

3.2. Historyczne czynniki rozwoju ruchu i popytu turystycznego 56

3.2.1. Postęp w transporcie 57

3.2.2. Instytucjonalizacja czasu wolnego 61

3.2.3. Wzrost stopy życiowej 62

3.2.4. Rozwój innych elementów podaży usług turystycznych 63

3.2.5. Regulacje prawne dotyczące przekraczania granic państwowych 64

3.2.6. Podróże służbowe	64
3.2.7. Uwagi końcowe	65
3.3. Skala i zróżnicowanie popytu turystycznego a zapotrzebowanie na działalność	65
3.3.1. Zasięg przestrzenny ruchu turystycznego a zapotrzebowanie na działalność pośrednictwa i organizacji	65
3.3.2. Wzrost dochodów ludności a zapotrzebowanie na działalność pośrednictwa	67
3.3.3. Podróże służbowe jako generator popytu na usługi agentów podróży i tur operatorów	69
3.3.4. Zasób czasu wolnego a popyt na usługi pośrednictwa i organizacji	71
3.3.5. Różnicowanie struktury przestrzenno-rodzajowej popytu turystycznego	72
ROZDZIAŁ 4. Procesy rozwoju podaży podstawowych usług turystycznych stymulujące	73
4.1. Rozwój transportu jako czynnik stymulujący działalność podmiotów pośrednictwa	73
4.1.1. Biura podróży jako sieć sprzedaży usług przewoźników	74
4.1.2. Wpływ działalności organizatorskiej biur podróży na wykorzystanie podaży	82
4.2. Rozwój hotelarstwa jako czynnik stymulujący działalność pośrednictwa i organizacji	89
4.2.1. Wzrost skali działalności i stopnia koncentracji kapitału zakładu hotelarskiego	89
4.2.2. Skala działalności podmiotu a stopień ryzyka ekonomicznego	90
4.2.3. Formy organizacji sprzedaży usług a ryzyko handlowe i cena	91
ROZDZIAŁ 5. Historyczny rozwój form instytucjonalnych pośrednictwa i organizacji	95
5.1. Biura podróży XIX wieku	95
5.2. Główne kierunki rozwoju biur podróży na początku XX wieku	100
5.3. Okres międzywojenny	102
5.3.1. Początki powiązań pionowych między kolejami i biurami podróży	102
5.3.2. Początki powiązań poziomych między biurami podróży	103
5.3.3. Dalsze rozszerzenie oferty biur podróży	103
5.4. Tendencje rozwoju podmiotów pośrednictwa i organizacji po II wojnie światowej	104
5.4.1. Początki procesu rozdzielania instytucjonalnego działalności organizatorskiej	104
5.4.2. Procesy rozwoju rynku tur operatorskiego	106
5.5. Najważniejsze cechy współczesnego rynku tur operatorskiego	113
5.5.1. Monopolizacja rynku	113
5.5.2. Fuzje finansowe	115
5.5.3. Rola banków i innych instytucji finansowych	118

5.5.4. Specjalizacja przedmiotu działalności	118
5.5.5. Sieć zbytu produktu	120
5.6. Instytucjonalny rozwój rynku detalicznych agentów podróży	121
5.7. Internet na rynku turystycznym	126
5.8. Etapy rozwoju rynku usług pośrednictwa i organizacji	127
ROZDZIAŁ 6. Znaczenie i funkcje podmiotów pośrednictwa i organizacji	129
6.1. Sfery, efekty oddziaływania i funkcje podmiotów	129
6.2. Funkcje jednostek pośrednictwa i organizacji względem popytu turystycznego	132
6.2.1. Główne funkcje biur podróży w zaspokojeniu potrzeb indywidualnych turysty	132
6.2.2. Mechanizmy wpływu pośrednictwa i organizacji na rozmiary i strukturę	135
6.3. Wpływ działalności podmiotów pośrednictwa i organizacji na podaż usług turystycznych	141
6.3.1. Ogólna charakterystyka problemu	141
6.3.2. Znaczenie usług tur operatorskich i pośrednictwa dla producentów usług	142
6.3.3. Wpływ organizatorów podróży na podaż rynku turystycznego	145
6.4. Wpływ biur podróży na otoczenie społeczno-gospodarcze turystyki	146
ROZDZIAŁ 7. Rynek biur podróży w Polsce	151
7.1. Regulacje prawne dotyczące branży biur podróży w Polsce	151
7.2. Przemiany rynku biur podróży w Polsce	152
7.3. Cechy rynku biur podróży w Polsce po roku 2000	154
7.3.1. Obraz rynku w roku 2007	154
7.3.2. Najważniejsze tendencje branży biur podróży po 2000 roku	154
Bibliografia	157
1. Literatura	157
2. Materiały źródłowe	160