

# **GOSPODARKA TURYSTYCZNA**

## **Wstęp**

Natura turystyki jako zjawiska społeczno-ekonomicznego determinuje jej gospodarcze funkcje, znaczenie oraz korzyści dla miejsc, w których się odbywa. Ekonomiczne efekty o wieloskładnikowym charakterze powstają wszędzie tam, gdzie turysta zatrzyma się, chociażby na krótko, i gdzie wyda swoje pieniądze, chociażby niewiele. Działalność wyspecjalizowanych w obsłudze potrzeb turysty podmiotów gospodarczych, takich jak biura podróży, przedsiębiorstwa hotelarskie, obiekty gastronomiczne, podmioty transportowe, centra sportu i rozrywki, generuje bezpośrednio i pośrednio różnej skali korzyści w zakresie zatrudnienia, dochodów ludności, popytu konsumpcyjnego i inwestycyjnego, poziomu życia mieszkańców, jakości infrastruktury społecznej, dochodów budżetu państwa, wpływów dewizowych i innych.

Opracowanie ukazuje ekonomiczną istotę zjawiska turystyki oraz główne sfery i mechanizmy jej oddziaływania na układ gospodarczy określonej skali - miejscowość, region, kraj czy grupę krajów. Cechy popytu i podaży turystycznej znajdują bezpośrednie odzwierciedlenie w ekonomicznych i organizacyjnych zasadach funkcjonowania poszczególnych grup przedsiębiorstw turystycznych. Autorka przedstawiła bardziej szczegółowo grupę przedsiębiorstw hotelarskich i biur podróży.

## **Spis treści**

### **Wprowadzenie**

### **Rozdział I. Turystyka jako zjawisko społeczno-ekonomiczne**

1. Natura zjawiska
2. Powstanie popytu i jego przedmiot
3. Działalność gospodarcza odpowiadająca na popyt
4. Turystyka jako sfera życia społeczno-gospodarczego
5. Turystyka i turysta - ujęcie formalne

### **Rozdział II. Popyt turystyczny**

1. Czynniki wyznaczające popyt turystyczny
  - 1.1. Czas wolny
  - 1.2. Czynniki demograficzne
  - 1.3. Inne czynniki cywilizacyjne

#### 1.4. Czynniki ekonomiczne

##### 1.4.1. Dochody

##### 1.4.2. Ceny

##### 1.4.3. Czynniki podażowe

#### 2. Zakres przedmiotowy popytu turystycznego

#### 3. Cechy popytu turystycznego

### **Rozdział III. Podaż turystyczna**

#### 1. Produkt turystyczny

#### 2. Cechy podaży turystycznej (produktu turystycznego)

#### 3. Pojęcie gospodarki turystycznej

#### 4. Przedsiębiorstwo turystyczne i jego najważniejsze typy

### **Rozdział IV. Funkcjonowanie przedsiębiorstw turystycznych - przedsiębiorstwa hotelarskie**

#### 1. Pojęcie hotelarstwa, jego funkcje w zaspokojeniu potrzeb ruchu turystycznego oraz rodzaje bazy noclegowej dla turystyki

#### 2. Miejsce hoteli w bazie noclegowej turystyki

#### 3. Cechy hotelu ważne z punktu widzenia jego funkcji w obsłudze ruchu turystycznego

#### 4. Typy hoteli

#### 5. Produkt hotelu. Rodzaje działalności usługowej

#### 6. Struktura funkcjonalno-użytkowa hotelu

#### 7. Kapitał ludzki i praca w hotelu

#### 8. Podstawowe tendencje rozwoju współczesnego hotelarstwa

##### 8.1. Kształtowanie programu usługowego hotelu

##### 8.2. Stosowanie zasad zrównoważonego rozwoju w hotelach

##### 8.3. Tworzenie form powiązań poziomych w obrębie sektora hoteli

#### 9. Mikroekonomia hotelu - zagadnienia wybrane

- 9.1. Mierniki działalności hotelu
- 9.2. Inwestycje w hotelarstwie
- 9.3. Koszty w hotelarstwie
- 9.4. Rentowność usług noclegowych w obiektach hotelarskich
- 9.5. Maksymalizacja funkcji celu producenta usług noclegowych a popyt na jego usługi
- 10. Organizacje branżowe w hotelarstwie w Polsce
- 11. Międzynarodowe organizacje działające w sektorze hotelarstwa i gastronomii
- 12. Rynek hotelarski w Polsce i w Europie

## **Rozdział V. Funkcjonowanie przedsiębiorstw turystycznych - biura podróży**

- 1. Pojęcie biura podróży i najważniejsze typy
- 2. Klasyfikacja biur podróży
- 3. Przedmiot działalności pośredniczej i organizatorskiej
  - 3.1. Usługi w zakresie pośrednictwa
  - 3.2. Produkt touroperatora
- 4. Struktura instytucjonalna rynku turystycznego i główne układy wzajemnych kontaktów między podmiotami
  - 4.1. Współpraca pomiędzy touroperatorami a producentami usług cząstkowych
  - 4.2. Współpraca pomiędzy touroperatorami w obsłudze podróży międzynarodowych
  - 4.3. Współpraca touroperatorów z detalicznymi agentami podróży
  - 4.4. Współpraca detalicznych agentów podróży z producentami usług cząstkowych
  - 4.5. Współpraca touroperatorów, agentów detalicznych i producentów usług cząstkowych z klientem zbiorowym
  - 4.6. Współpraca z klientem indywidualnym
- 5. Technika działalności biura podróży
  - 5.1. Technika działalności detalicznego agenta podróży
  - 5.2. Technika działalności touroperatora

## 6. Ekonomia touroperatora

### 6.1. Przychód ze sprzedaży i koszty touroperatora

### 6.2. Kalkulacja cen, kosztów i zysku a formy współpracy touroperatora z dostawcami usług cząstkowych

### 6.3. Ryzyko kursowe dla touroperatora

### 6.4. Podsumowanie zagadnień ekonomiki touroperatora

## 7. Ekonomia detalisty

## 8. Tendencje historyczne i cechy współczesnego rynku biur podróży

### 8.1. Procesy historyczne

### 8.2. Cechy współczesnego rynku biur podróży

### 8.3. Cechy współczesnego rynku sprzedaży produktów turystycznych

### 8.4. Rynek biur podróży w Polsce

### 8.5. Samorząd gospodarczy turystyki w Polsce

### 8.6. Międzynarodowe organizacje działające w sektorze touroperatorów i agencji podróży

## **Rozdział VI. Ekonomiczne funkcje turystyki**

### 1. Wpływ turystyki na rozwój gospodarczy obszaru recepcji

### 2. Wpływ turystyki na zatrudnienie, dochody ludności i jakość życia

### 3. Wpływ turystyki na dochody budżetu państwa

### 4. Wpływ turystyki na aktywizację obszarów słabo rozwiniętych gospodarczo

### 5. Ekonomiczne znaczenie turystyki zagranicznej dla kraju

#### 5.1. Bilans korzyści i kosztów obsługi turystyki zagranicznej dla kraju recepcji

#### 5.2. Zagraniczna turystyka przyjazdowa jako forma eksportu

#### 5.3. Turystyka jako element obrotów gospodarczych kraju z zagranicą

## **Rozdział VII. Turystyka międzynarodowa**

### 1. Międzynarodowy ruch turystyczny - jego rozwój i struktura przestrzenna

#### 1.1. Turystyka przyjazdowa - regiony

- 1.2. Kraje świata przyjmujące najwięcej turystów
- 1.3. Turystyka wyjazdowa - regiony
2. Wpływy z turystyki zagranicznej i wydatki na turystykę zagraniczną
  - 2.1. Wpływy
  - 2.2. Wydatki na zagraniczną turystykę wyjazdową
3. Inne wskaźniki opisujące ekonomiczne znaczenie turystyki międzynarodowej
4. Zagraniczna turystyka przyjazdowa w Polsce

## **Bibliografia**