

# **Gospodarka turystyczna w regionie**

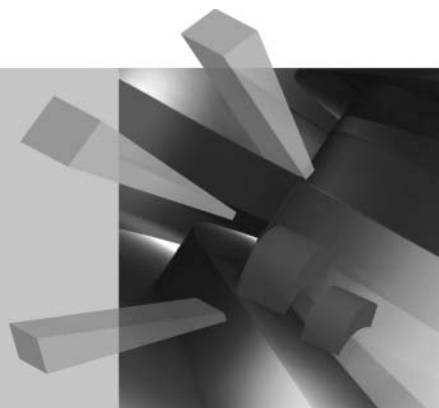
**Przedsiębiorstwo. Samorząd. Współpraca**

**PRACE NAUKOWE  
UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO  
WE WROCŁAWIU  
nr 157**

**RESEARCH PAPERS  
OF WROCŁAW UNIVERSITY  
OF ECONOMICS  
No. 157**

# Gospodarka turystyczna w regionie

Przedsiębiorstwo. Samorząd. Współpraca



Redaktor naukowy  
**Andrzej Rapacz**



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu  
Wrocław 2011

Senacka Komisja Wydawnicza

*Zdzisław Pisz (przewodniczący),*

*Andrzej Bąk, Krzysztof Jajuga, Andrzej Matysiak, Waldemar Podgórski,  
Mieczysław Przybyła, Aniela Styś, Stanisław Urban*

Recenzenci

*W. Włodzimierz Gaworecki, Barbara Marciszewska, Beata Meyer,  
Agnieszka Niezgoda, Aleksander Panasiuk, Jacek M. Ruszkowski,  
Józef Sala, Jan Sikora, Hanna Zawistowska,*

Redakcja wydawnicza

*Dorota Pitulec, Aleksandra Śliwka*

Korekta

*Barbara Cibis*

Skład i łamanie

*Adam Dębski*

Projekt okładki

*Beata Dębska*

Publikacja dofinansowana ze środków

Polskiej Organizacji Turystycznej w Warszawie

oraz PGE Górnictwo i Energetyka Konwencjonalna SA – Oddział Elektrownia Turów

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie  
wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Wrocław 2011

**ISBN 978-83-7695-124-9**

**ISSN 1899-3192**

Druk: Drukarnia TOTEM

## Spis treści

Wstęp .....	17
-------------	----

---

### Część I

#### Przedsiębiorstwo turystyczne na rynku

---

<b>Olga Adach, Joanna Ryszkiewicz:</b> Strona internetowa stacji narciarskiej jako źródło informacji dla potencjalnych klientów .....	21
<b>Marlena Bednarska, Marcin Olszewski:</b> Atrakcyjność pracy w turystyce jako determinanta potencjału konkurencyjnego przedsiębiorstw turystycznych .....	30
<b>Małgorzata Borkowska-Niszczoła:</b> Rozwiązania proekologiczne jako sposób podnoszenia konkurencyjności podmiotów świadczących usługi hotelarskie.....	41
<b>Grażyna Dyrda:</b> Determinanty lojalnościowych postaw klientów biur podróży .....	55
<b>Bogusława Graczykowska, Barbara Woś:</b> JuraPark w Krasiejowie jako przykład inwestycji turystycznej realizowanej zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju .....	65
<b>Izabela Michalska-Dudek:</b> Multipartnerskie programy lojalnościowe na rynku biur podróży w Polsce .....	77
<b>Dawid Milewski, Tomasz Mańkowski:</b> Rola publicznego transportu zbiorowego w obsłudze ruchu turystycznego na przykładzie województwa zachodniopomorskiego .....	90
<b>Łukasz Nawrot:</b> Obiekt hotelarski jako szczególny przedmiot wyceny przez pryzmat cech gospodarki turystycznej .....	102
<b>Adam Pawlicz:</b> Determinanty decyzji outsourcingowych w przedsiębiorstwach hotelarskich .....	115
<b>Józef Sala:</b> Porty lotnicze jako czynnik rozwoju turystyki w regionach (na przykładzie Międzynarodowego Portu Lotniczego im. Jana Pawła II w Krakowie–Balicach).....	125
<b>Agnieszka Sawińska, Ryszard Woźniak:</b> Zmiana nazwy przedsiębiorstwa uzdrowiskowego na przykładzie Centrum Zdrowia i Relaksu „Verano” w Kołobrzegu .....	135
<b>Danuta Sławska-Lokś:</b> Zasady funkcjonowania przedsiębiorstw na kubańskim rynku turystycznym .....	147
<b>Monika Stolarska, Kamila Mańko:</b> Zastosowanie systemów zarządzania relacjami z klientami (CRM) w biurach podróży .....	156

<b>Anna Tokarz:</b> Wybrane obszary ryzyka personalnego w hotelarstwie. Ujęcie teoretyczne .....	168
<b>Piotr Zarzycki, Aneta Stosik:</b> Aktualne problemy przedsiębiorczości podgórskich obiektów noclegowych na przykładzie Tatr i Bieszczad. Wybrane problemy organizacyjno-zarządcze .....	178

---

## Część II

### Konkurencja i innowacje w turystyce

---

<b>Krzysztof Borodako, Michał Rudnicki:</b> Dostępność komunikacyjna czynnikiem podnoszącym konkurencyjność polskich regionów turystycznych .....	191
<b>Diana Dryglas, Andrzej Hadzik:</b> Kierunki rozwoju produktu turystycznego województwa śląskiego .....	204
<b>Joanna Dyczkowska:</b> Czynniki logistyki w konkurencyjności regionów .....	215
<b>Tomasz Dziechciarz:</b> Gospodarstwa agroturystyczne i bariery ich rozwoju w regionie turystycznym Roztocza .....	225
<b>Sylvia Graja-Zwolińska, Aleksandra Spychała:</b> Funkcja turystyczna jako element konkurencyjności gmin. Studium przypadku obszarów chronionych .....	236
<b>Marta Jarocka, Ewa Glińska:</b> Tworzenie rankingów atrakcyjności turystycznej obszarów z wykorzystaniem metod wielowymiarowej analizy porównawczej (na przykładzie powiatów województwa podlaskiego) .....	248
<b>Joanna Kosmaczewska:</b> Wykorzystanie techniki e-mail mystery shopping w ocenie zarządzania jakością informacji turystycznej na przykładzie stowarzyszeń agroturystycznych .....	261
<b>Małgorzata Leśniak-Johann:</b> Znaczenie turystyki jako czynnika konkurencyjności pogranicza dolnośląsko-saksońskiego. Analiza i ocena przy wykorzystaniu metody Hellwiga .....	270
<b>Barbara Marciszewska:</b> Współpraca międzysektorowa przedsiębiorstw a innowacyjność produktu turystycznego .....	281
<b>Marcin Molenda:</b> Zagospodarowanie turystyczne determinantem konkurencyjności obszarów recepcji turystycznej .....	291
<b>Aleksander Panasiuk:</b> System informacji turystycznej jako warunek kształtowania konkurencyjności lokalnej gospodarki turystycznej .....	301
<b>Eugenia Panfiluk:</b> Determinanty i bariery przewagi konkurencyjnej obszarów przyrodniczo cennych na przykładzie mikroregionu Puszcza Białowieska .....	313
<b>Anna Przybylska:</b> Zróżnicowanie konkurencyjności turystycznej gmin województwa lubuskiego .....	329
<b>Elżbieta Szymańska:</b> Innowacyjność produktowa biur podróży .....	340

<b>Patrycjusz Zarębski:</b> Atrakcyjność polskich regionów dla inwestycji w turystykę .....	351
---	-----

---

### Część III

#### Współpraca w turystyce na poziomie miejscowości i regionu

---

<b>Włodzimierz Banasik, Hanna Borne-Januła:</b> Konsorcja produktowe w rozwoju lokalnej i regionalnej gospodarki turystycznej .....	365
<b>Jacek Borzyszkowski:</b> Regionalne organizacje turystyczne w Polsce na tle rozwiązań w wybranych krajach .....	375
<b>Stefan Bosiacki, Joanna Śniadek:</b> Rola samorządu terytorialnego w rozwoju turystyki biznesowej w Poznaniu .....	388
<b>Katarzyna Czernek:</b> Instytucje jako uwarunkowania współpracy w regionie turystycznym – ujęcie z perspektywy Nowej Ekonomii Instytucjonalnej	400
<b>Maciej Dębski:</b> Współpraca w kreowaniu marki destynacji turystycznej na przykładzie Beskidzkiej 5 .....	412
<b>Małgorzata Dziembala:</b> Wspieranie przedsiębiorczości w województwie śląskim poprzez promowanie rozwoju klastrów .....	423
<b>Eleonora Gonda-Soroczyńska:</b> Innowacyjny klaster Zdrowie i Turystyka elementem współpracy na rzecz rozwoju turystyki uzdrowiskowej w województwie świętokrzyskim .....	437
<b>Joanna Janicka:</b> Możliwości wykorzystania funduszy unijnych na rozwój turystyki w Polsce (2007-2013) w kontekście współpracy samorządów z branżowymi organizacjami pozarządowymi .....	447
<b>Izabela Kapera:</b> Związki międzygminne a rozwój turystyki w kontekście działalności Związku Gmin Dorzecza Górnej Raby i Krakowa .....	460
<b>Antoni F. Komorowski, Iwona Pietkiewicz:</b> Efekty współpracy miast i gmin na rzecz rozwoju turystyki w projekcie „Pierścień Zatoki Gdańskiej” .....	472
<b>Agata Niemczyk:</b> Partnerstwo muzeów i organizatorów turystyki na rynku krakowskim (w świetle wyników badań) .....	481
<b>Renata Przeorek-Smyka:</b> Lokalna grupa działania „Partnerstwo Izerskie” jako przykład współpracy międzysektorowej na rzecz rozwoju turystyki w regionie .....	493
<b>Andrzej Rapacz, Piotr Gryszel, Daria E. Jaremen:</b> Możliwości współpracy podmiotów gospodarki turystycznej w percepcji właścicieli przedsiębiorstw turystycznych działających w Karpaczu .....	504
<b>Joanna Ryszkiewicz, Olga Adach:</b> Rola samorządu terytorialnego oraz podmiotów lokalnych na rzecz rozwoju turystyki w regionie na przykładzie turystyki żeglarskiej .....	515

<b>Ewa Skowronek, Renata Krukowska, Andrzej Tucki:</b> Wpływ społeczności lokalnych na rozwój obszarów wiejskich Lubelszczyzny na przykładzie Krainy Rumianku .....	525
<b>Andrzej Tucki, Ewa Skowronek, Renata Krukowska, Andrzej Świeca:</b> Rola lokalnych organizacji turystycznych w rozwoju przedsiębiorczości i gospodarki turystycznej na przykładzie LOT „Kraina Lessowych Wąwozów” .....	535
<b>Marzena Wanagos:</b> Kaszubskie forum gospodarcze jako przykład wspólnych działań promocyjnych samorządu gospodarczego i terytorialnego .....	545

---

#### Część IV

#### Wybrane problemy funkcjonowania branży turystycznej i turystyki

---

<b>Matylda Awedyk:</b> Wpływ kryzysu finansowego w latach 2007-2009 na pozaeuropejską turystykę poznawczą Polaków .....	557
<b>Iwona Bąk:</b> Wykorzystanie wskaźników intensywności ruchu turystycznego do delimitacji powiatów województwa zachodniopomorskiego .....	565
<b>Hanna Borne-Januła, Włodzimierz Banasik:</b> Stan edukacji w Polsce w stosunku do potrzeb gospodarki turystycznej .....	576
<b>Katarzyna Czech:</b> Uwarunkowania rozwoju turystyki przemysłowej w ramach rozwoju zrównoważonego na przykładzie miasta Zabrze .....	588
<b>Anna Gardzińska, Marta Sidorkiewicz:</b> Zadania wybranych podmiotów polityki turystycznej województwa zachodniopomorskiego w zakresie rozwoju turystyki biznesowej .....	598
<b>Ewa Glińska, Katarzyna Krot:</b> Czynniki kształtujące satysfakcję turystów z pobytu w województwie podlaskim .....	609
<b>Jerzy Gospodarek:</b> Znaczenie ustawowych regulacji w zakresie bezpieczeństwa i ratownictwa w górach dla rozwoju turystyki górskiej...	624
<b>Piotr Gryszel:</b> Wpływ turystyki na warunki życia mieszkańców obszaru recepcji turystycznej na przykładzie Świeradowa-Zdroju .....	637
<b>Elżbieta Grzelak-Kostulska, Beata Hołowiecka:</b> Kreowanie wizerunku miasta a rozwój funkcji turystycznej na przykładzie wybranych miast polskiej sieci Cittaslow .....	652
<b>Maria Heldak, Beata Raszka:</b> Polityka przestrzenna gminy w zakresie rozwoju turystyki na tle polityki regionu .....	667
<b>Bernadeta Holderna-Mielcarek, Katarzyna Majchrzak:</b> Komunikacja marketingowa w turystyce miejskiej na przykładzie miasta Poznania .....	676
<b>Beata Hysa, Agnieszka Kowalska-Styczeń, Adam R. Szromek, Anna Nitkiewicz-Jankowska:</b> Możliwość uprawiania turystyki przemysłowej przez osoby niepełnosprawne na przykładzie Szlaku Zabytków Techniki Województwa Śląskiego .....	687



<b>Marcin Idzik, Janusz Majewski:</b> Aktywność turystyczna Polaków w okresie letnim w latach 1995-2010 .....	700
<b>Mikołaj Jalinik, Anna Bogucka:</b> Rozwój ruchu turystycznego na obszarze Puszczy Knyszyńskiej w świetle badań .....	712
<b>Mirosław Januszewski, Małgorzata Januszewska:</b> Ograniczenia inwestycji turystycznych w miejscowościach uzdrowiskowych .....	725
<b>Małgorzata Januszewska, Elżbieta Nawrocka:</b> Oddziaływanie władz publicznych na mechanizm rynku turystycznego .....	735
<b>Daria E. Jaremen, Monika Micuła:</b> Atrybuty aktywności turystycznej młodych mieszkańców miejsc recepcji turystycznej – przypadek uczniów szkół ponadgimnazjalnych Jeleniej Góry .....	745
<b>Anna Jęczmyk, Jarosław Uglis:</b> Atrakcyjność turystyczna powiatów ziemskich województwa wielkopolskiego a aktywność turystyczna turystów zagranicznych .....	757
<b>Zygmunt Kruczek:</b> Metody oceny atrakcji turystycznych i możliwości ich wykorzystania w tworzeniu regionalnych produktów turystycznych.....	768
<b>Wiesława Kuźniar:</b> Wybrane aspekty kształtowania struktury produktu marketingowego regionu o wysokich walorach turystycznych (na przykładzie Bieszczadów) .....	779
<b>Magdalena Maćkowiak, Jarosław Uglis:</b> Turystyka w wydatkach jednostek samorządu terytorialnego .....	790
<b>Mirosław Marczak:</b> Analiza wybranych turystycznych produktów markowych funkcjonujących na Pomorzu .....	801
<b>Anna Mazurek-Kusiak:</b> Rynek i promocja innowacyjnych produktów turystycznych w województwie lubelskim .....	814
<b>Kazimierz Mrozowicz:</b> Efektywność zachowań organizacyjnych w świetle badań osobowości (członków organizacji turystycznych) .....	826
<b>Elżbieta Nawrocka:</b> Instytucjonalizacja procesu tworzenia wizerunku obszaru recepcji turystycznej .....	835
<b>Agnieszka Niezgoda:</b> Atrakcyjność miasta jako obszaru recepcji turystycznej w opinii mieszkańców – przykład Poznania .....	845
<b>Anna Nitkiewicz-Jankowska, Grzegorz Jankowski:</b> Prośrodowiskowe narzędzia marketingowe stosowane w turystyce – rozważania teoretyczne i praktyczne .....	857
<b>Jacek Olszewski-Strzyżowski:</b> Wykorzystanie postaci Fryderyka Chopina w działaniach promocyjnych Polski .....	869
<b>Joanna Poczta:</b> Znaczenie uwarunkowań krajoznawczo-przyrodniczych dla funkcjonowania gospodarstw agroturystycznych .....	883
<b>Katarzyna Przybyła:</b> Przekształcenia funkcji turystycznej w wybranych miastach powiatu jeleniogórskiego .....	894
<b>Sławomir Pytel, Sławomir Sitek:</b> Analiza podobieństw gmin turystycznych południowej części woj. śląskiego .....	903

<b>Andrzej Rapacz:</b> Oddziaływanie jednostek samorządu lokalnego na rozwój turystyki w powiecie jeleniogórskim .....	915
<b>Marta Resiak-Urbanowicz:</b> Fundusze strukturalne Unii Europejskiej w rozwoju małych miejscowości turystycznych (na przykładzie gminy Jedlina-Zdrój) .....	925
<b>Renata Seweryn:</b> Targi turystyczne jako nośnik korzyści dla klienta-turysty (na przykładzie opinii zwiedzających Krakowski Salon Turystyczny) ....	937
<b>Jan Sikora, Agnieszka Wartecka-Ważyńska:</b> Miejsce agroturystyki w przemianach społeczno-ekonomicznych wsi w świetle badań empirycznych. Zróznicowanie regionalne .....	949
<b>Magdalena Skala, Krzysztof Szpara, Łukasz Wątroba:</b> Turystyka w gminach uzdrowiskowych województwa podkarpackiego .....	967
<b>Agnieszka Stacherzak, Maria Heldak:</b> Uwarunkowania rozwoju turystyki a rozwój gospodarczy obszarów wiejskich Dolnego Śląska .....	978
<b>Leszek Stanek:</b> Rozwój turystyki w planowaniu przestrzennym gmin i województwa dolnośląskiego .....	988
<b>Wiesław Szopiński:</b> Znaczenie promocji w rozwoju funkcji turystycznej ośrodka miejskiego na przykładzie miasta Przemyśl .....	998
<b>Jarosław Uglis:</b> Intensywność ruchu turystycznego w krajach Unii Europejskiej – analiza porównawcza .....	1008
<b>Beata Warczewska, Barbara Mastalska-Cetera:</b> Wyzwania zrównoważonego rozwoju turystyki w Parku Krajobraowym „Dolina Baryczy” ....	1019
<b>Alina Zajadacz, Joanna Śniadek:</b> Cykl życia obszaru turystycznego – studium przypadku regionu leszczyńskiego .....	1029
<b>Piotr Zawadzki:</b> Istota promocji produktu turystycznego miasta .....	1042
<b>Julia Ziółkowska:</b> Turystyka kulturowa jako element strategii rozwoju na przykładzie wybranych gmin województwa pomorskiego .....	1053
<b>Piotr Zmysłony:</b> Planowanie strategiczne rozwoju funkcji turystycznej na obszarach metropolitalnych – przykład Poznania .....	1062
<b>Michał Żemła:</b> Rola mieszkańców w budowie produktu obszaru recepcji turystycznej – przyczynek do dyskusji .....	1072

## Summaries

---

### Part I

#### Tourist agency on the market

---

<b>Olga Adach, Joanna Ryszkiewicz:</b> Ski station web site as a source of information for its potential clients .....	29
--	----

<b>Marlena Bednarska, Marcin Olszewski:</b> Attractiveness of a career in tourism as a determinant of the competitive potential of tourist enterprises.....	40
<b>Małgorzata Borkowska-Niszczota:</b> Ecological solutions as a way of the competitiveness growth of hotel service subjects .....	54
<b>Grażyna Dyrda:</b> Determinants of loyalty attitudes of travel agencies customers .....	64
<b>Bogusława Graczykowska, Barbara Woś:</b> “Jura Park” in Krasiejów as an example of tourist investment realized according to sustainable development rules .....	76
<b>Izabela Michalska-Dudek:</b> Multi-partner loyalty programmess on travel agencies market in Poland .....	89
<b>Dawid Milewski, Tomasz Mańkowski:</b> The role of public transport in tourism. The case of Westpomeranian Voivodeship .....	101
<b>Łukasz Nawrot:</b> Hotels appraisal aspects in terms of the special features of tourism economy .....	114
<b>Adam Pawlicz:</b> Outsourcing in hospitality enterprises .....	124
<b>Józef Sala:</b> Airports: a conducive factor to regional development of tourism .....	134
<b>Agnieszka Sawińska, Ryszard Woźniak:</b> The rebranding of the SPA tourism enterprise on the example of „Verano” Health and Wellness Centre in Kołobrzeg .....	146
<b>Danuta Sławska-Lokś:</b> Operating principles of enterprises on the Cuban tourism market .....	155
<b>Monika Stolarska, Kamila Mańko:</b> The use of customer relationship management (CRM) in travel agency offices .....	167
<b>Anna Tokarz:</b> Selected areas of personal risk in hospitality. Theoretical aspects.....	177
<b>Piotr Zarzycki, Aneta Stosik:</b> Current problems of foothill accommodation resourcefulness on the example of the Tatra and Bieszczady Mountains. Selected organisational and management problems.....	187

---

## Part II

### Competition and innovation in tourism

---

<b>Krzysztof Borodako, Michał Rudnicki:</b> Transport accessibility as a factor of increase of competitiveness of Polish tourist regions.....	203
<b>Diana Dryglas, Andrzej Hadzik:</b> Development directions of Silesian Voivodeship tourist product .....	214
<b>Joanna Dyczkowska:</b> Logistics factor in competitiveness of regions.....	224
<b>Tomasz Dziechciarz:</b> Agrifarms and barriers of their development in the tourist region of Roztocze.....	235

<b>Sylwia Graja-Zwolińska, Aleksandra Sychała:</b> Protected areas as tourism competitiveness component of Polish communes .....	247
<b>Marta Jarocka, Ewa Glińska:</b> Tourist areas' attractiveness ranking with the use of multidimensional comparative analysis (based on the example of poviats in the Podlaskie Voivodeship) .....	259
<b>Joanna Kosmaczewska:</b> The application of e-mail mystery shopping technique in the assessment of the tourist information quality management on the example of tourist farm associations .....	269
<b>Małgorzata Leśniak-Johann:</b> Significance of tourism as a factor of competitiveness in Lower Silesian-Saxony borderlands. Assessment based on Hellwig's method .....	280
<b>Barbara Marciszewska:</b> Inter-sectoral cooperation of enterprises and innovativeness of tourist product.....	290
<b>Marcin Molenda:</b> Tourist infrastructure as the main determinant of tourist regions' competitiveness.....	300
<b>Aleksander Panasiuk:</b> Tourism information system as a condition of creation of local tourism economy competitiveness .....	312
<b>Eugenia Panfiluk:</b> Determinants and barriers of competitive advantage of the environmentally valuable regions of the Białowieża Forest.....	328
<b>Anna Przybylska:</b> Competitive differentiation of Lubuskie Voivodeship municipalities in terms of tourism.....	339
<b>Elżbieta Szymańska:</b> Innovativeness in the creation of new products by travel agents .....	350
<b>Patrycjusz Zarębski:</b> Attractiveness of Polish regions for the investment in tourism.....	361

---

### Part III

#### Cooperation in tourism on the level of town and region

---

<b>Włodzimierz Banasik, Hanna Borne-Januła:</b> Product consortium in the development of local and regional tourist economy .....	374
<b>Jacek Borzyszkowski:</b> Regional tourism organisations in Poland in comparison with selected countries.....	387
<b>Stefan Bosiacki, Joanna Śniadek:</b> The role of local government in business tourism development in Poznań.....	399
<b>Katarzyna Czernek:</b> Institutions as conditions of cooperation in tourist region – New Institutional Economics perspective .....	411
<b>Maciej Dębski:</b> Cooperation in the process of creating destination brand – the example of Beskidzka 5 .....	422
<b>Małgorzata Dziembała:</b> Support of entrepreneurship in Silesian Voivodeship by promoting the development of clusters .....	436

<b>Eleonora Gonda-Soroczyńska:</b> Innovative cluster “Health and Tourism” as an element in cooperation for the benefit of the development of SPA tourism in Świętokrzyskie Voivodeship.....	446
<b>Joanna Janicka:</b> The possibility of using EU funds for tourism development in Poland (2007-2013) in the context of cooperation of local governments with NGO-s industry .....	459
<b>Izabela Kapera:</b> Inter-municipal cooperation and the development of tourism in the context of the activities of The Union of the Upper Raba Communities and Cracow .....	471
<b>Antoni F. Komorowski, Iwona Pietkiewicz:</b> The details of co-operation of cities and municipalities in the field of development of tourism in the project of ”Ring of Gulf of Gdańsk” .....	480
<b>Agata Niemczyk:</b> Partnership of museums and tourism organizers on Cracow market square (on the basis of conducted research) .....	492
<b>Renata Przeorek-Smyka:</b> ”The Izery Partnership” Local Action Group as an example of intersectional cooperation for the development of tourism in the region .....	503
<b>Andrzej Rapacz, Piotr Gryszel, Daria E. Jaremen:</b> Cooperation opportunities for tourism economy entities in the perception of tourism enterprises owners based on the example of Karpacz.....	514
<b>Joanna Ryszkiewicz, Olga Adach:</b> Role of local government and non-governmental organizations for the development of regional tourism, case study: sailing.....	524
<b>Ewa Skowronek, Renata Krukowska, Andrzej Tucki:</b> The influence of local communities on development of the Lublin region rural areas – “The Land of Camomile” case study.....	534
<b>Andrzej Tucki, Ewa Skowronek, Renata Krukowska, Andrzej Świeca:</b> The role of local organisations in the development of tourism entrepreneurship and economy on the example of “The Land of Loess Gullies” Local Tourism Organisation.....	544
<b>Marzena Wanagos:</b> The Kashubian economic forum as an example of promotional common actions of economic and territorial self-government.....	553

---

#### Part IV

#### Selected problems of tourist trade and tourism

---

<b>Matylda Awedyk:</b> The impact of the recession in the years 2007-2009 on the non-European sightseeing tourism of Polish .....	564
<b>Iwona Bąk:</b> Use of intensity indicators of tourism to the delimitation of West Pomeranian Voivodeship .....	575

<b>Hanna Borne-Januła, Włodzimierz Banasik:</b> Polish education state in view of the needs of tourism industry.....	587
<b>Katarzyna Czech:</b> Post-industrial tourism development conditioning, within the framework of sustainable development on the example of Zabrze .....	597
<b>Anna Gardzińska, Marta Sidorkiewicz:</b> Tasks of chosen entities of tourism policy of West Pomeranian Voivodeship in the range of business tourism development.....	608
<b>Ewa Glińska, Katarzyna Krot:</b> Factors shaping tourist satisfaction in Podlaskie Voivodeship.....	623
<b>Jerzy Gospodarek:</b> Significance of legal regulations in the scope of safety and rescue in the mountains for mountain tourism development.....	636
<b>Piotr Gryszel:</b> Influence of tourism on living conditions of tourism destination inhabitants based on the example of Świeradów-Zdrój.....	651
<b>Elżbieta Grzelak-Kostulska, Beata Hołowiecka:</b> The influence of branding activities on tourist function development of the selected towns belonging to the Polish Cittaslow network .....	666
<b>Maria Heldak, Beata Raszka:</b> Spatial policy of a commune in the scope of tourism development in the light of regional policy.....	675
<b>Bernadeta Holderna-Mielcarek, Katarzyna Majchrzak:</b> Marketing communication in city tourism on the example of Poznań .....	686
<b>Beata Hysa, Agnieszka Kowalska-Styczeń, Adam R. Szromek, Anna Nitkiewicz-Jankowska:</b> The Industrial Monuments Route of the Silesian Voivodeship as an example of accessibility of post-industrial tourism for the disabled.....	699
<b>Marcin Idzik, Janusz Majewski:</b> Tourism activity of Poles' in summer in years 1995-2010 .....	711
<b>Mikołaj Jalinik, Anna Bogucka:</b> The development of tourist movement in the area of Knyszyn Forest in the light of the research.....	724
<b>Mirosław Januszewski, Małgorzata Januszewska:</b> Limitation of tourist investments in health resorts .....	734
<b>Małgorzata Januszewska, Małgorzata Nawrocka:</b> Public authorities influence on tourism market mechanism .....	744
<b>Daria E. Jaremen, Monika Micuła:</b> Attributes of tourism activities undertaken by young inhabitants of tourism destinations – the case of Jelenia Góra secondary schools students.....	756
<b>Anna Jęczmyk, Jarosław Uglis:</b> Tourist attraction of Wielkopolska Voivodeship and tourist activity of foreign tourists .....	767
<b>Zygmunt Kruczek:</b> Assessment methods for tourist attractions and their use in forming of regional tourism products.....	778
<b>Wiesława Kuźniar:</b> Selected aspects of creating the structure of marketing product within a region of high tourist values (on the example of the Bieszczady).....	789

<b>Magdalena Maćkowiak, Jarosław Uglis:</b> Tourism in the expenditure of local government units .....	800
<b>Mirosław Marczak:</b> Analysis of selected tourists brand products in the Pomeranian Voivodeship .....	813
<b>Anna Mazurek-Kusiak:</b> Market and promotion of innovative tourist products in Lublin Voivodeship.....	825
<b>Kazimierz Mrozowicz:</b> Effectiveness of organizational behaviour in the light of personality test (members of tourist organizations).....	834
<b>Elżbieta Nawrocka:</b> Institutionalization of the process of tourism destination image creation.....	844
<b>Agnieszka Niezgoda:</b> The attractiveness of the city as a tourist destinations in residents' opinion – the example of Poznań .....	856
<b>Anna Nitkiewicz-Jankowska, Grzegorz Jankowski:</b> Pro-environmental marketing tools used in tourism – theoretical and practical considerations .....	868
<b>Jacek Olszewski-Strzyżowski:</b> Use of Fryderyk Chopin's figure in promotional activities of Poland.....	882
<b>Joanna Poczta:</b> Significance of touring-natural conditioning for agrifarms functioning.....	893
<b>Katarzyna Przybyła:</b> Transformations of tourist function in the selected towns of Jelenia Gora region .....	902
<b>Sławomir Pytel, Sławomir Sitek:</b> Similarities analysis of the tourist districts in the southern part of Silesian Voivodeship .....	914
<b>Andrzej Rapacz:</b> The influence of local authority units on tourism development in Jeleniogórski district .....	924
<b>Marta Resiak-Urbanowicz:</b> Structural funds of the European Union in the development of small tourist places (on the example of Jedlina-Zdrój).....	936
<b>Renata Seweryn:</b> The tourist fair as a carrier of the benefits for customer-tourist (on the example of opinions of visitors the Krakow Tourism Salon) .....	948
<b>Jan Sikora, Agnieszka Wartecka-Ważyńska:</b> Place of agritourism in social and economic transitions in rural areas in the light of empirical research. Regional differentiation .....	966
<b>Magdalena Skala, Krzysztof Szpara, Łukasz Wątroba:</b> Tourism in health resort communes in Podkarpackie Voivodeship .....	977
<b>Agnieszka Stacherzak, Maria Heldak:</b> Relations between conditions of tourism development and economic development of rural areas in Lower Silesia. ....	987
<b>Leszek Stanek:</b> Tourism expansion in spatial planning of Lower Silesian municipalities and voivodeship .....	997
<b>Wiesław Szopiński:</b> Significance of promotion in developing a tourist function of an urban area based on the city of Przemyśl .....	1007

---

<b>Jarosław Uglis:</b> Tourist traffic intensity in European Union member states – comparative analysis.....	1018
<b>Beata Warczewska, Barbara Mastalska-Cetera:</b> Challenges for the sustainable development of tourism in “Barycz Valley” Landscape Park .	1028
<b>Alina Zajadacz, Joanna Śniadek:</b> The tourism area life cycle – a case study of Leszno region .....	1041
<b>Piotr Zawadzki:</b> The core concept of town tourism product promotion .....	1052
<b>Julia Ziółkowska:</b> Culture tourism as an element of development strategy on the example of chosen communes in Pomeranian Voivodeship .....	1061
<b>Piotr Zmysłony:</b> Strategic tourism planning in metropolitan areas – example of Poznań .....	1071
<b>Michał Żemła:</b> The inhabitants’ role in tourism destination product creation – points to discussion.....	1081



## Wstęp

Turystyka wywiera istotny wpływ na życie społeczno-gospodarcze obszarów recepcji (krajów, regionów, miejscowości) oraz na przestrzeń, w której zachodzą procesy produkcji i świadczenia usług, udostępniania dóbr wolnych, podziału i konsumpcji turystycznej. W przestrzeni recepcji ruchu turystycznego powstaje i rozwija się pewna całość gospodarcza o wyraźnie zarysowanych powiązaniach wewnętrznych, którą w literaturze przedmiotu określa się mianem „gospodarki turystycznej”. Podlega ona oddziaływaniu wielu czynników występujących jako stymulanty lub destymulanty jej rozwoju.

W ostatnich kilku latach negatywny wpływ na rozwój gospodarki turystycznej miały kryzys finansowy i związana z nim ogólnoswiatowa recesja gospodarcza. Szacunki ekspertów wskazują jednak, że recesja nie zahamowała na dłużej rozwoju branży turystycznej, co więcej, w ich opinii wzrost w tym sektorze w skali roku może wynieść około 3%<sup>1</sup>. Zakłada się również, że jeśli tempo rozwoju tej branży się utrzyma, do 2021 roku co dziesiąty obywatel świata zatrudniony będzie w branżach związanych w jakiś sposób z gospodarką turystyczną. W konsekwencji tego procesu systematycznie rośnie liczba podmiotów gospodarki turystycznej, następuje zjawisko ich dywersyfikacji, nasila się konkurencja na rynku turystycznym (w wymiarze globalnym, krajowym i regionalnym), poprawia się jakość obsługi i oferowanych usług. Pozostaje to w bezpośrednim związku z rosnącymi oczekiwaniami uczestników rynku turystycznego.

Rozwój turystyki i gospodarki turystycznej w konkretnej przestrzeni (np. w miejscowościach, regionach) skutkuje wieloma problemami natury społecznej, gospodarczej czy też środowiskowej. Konieczność sprostania oczekiwaniom turystów stawia szereg wyzwań przed wszystkimi usługodawcami w turystyce oraz władzami samorządowymi – gospodarzami określonej przestrzeni. Zadaniem tych ostatnich jest troska o zrównoważony rozwój obszarów recepcji, pobudzanie przedsiębiorczości w branży turystycznej, zachęcanie do współdziałania usługodawców w procesie tworzenia atrakcyjnych ofert i ich promocji. Z drugiej strony podmioty gospodarki turystycznej podejmują działania mające poprawić i/lub umocnić ich rynkową pozycję poprzez realizację kolejnych projektów inwestycyjnych, rozszerzanie dotychczasowych ofert, skuteczniejszą ich promocję i dystrybucję.

Złożoność i obszerność problematyki gospodarki turystycznej, która ze względu na istotę turystyki realizuje swoje funkcje w konkretnej przestrzeni, wywierając bezpośredni i pośredni wpływ na wiele obszarów życia społecznego i gospodarczego miejscowości i regionów, znajduje swoje odzwierciedlenie w strukturze niniejszego opracowania oraz prezentowanych w nim zagadnień. Problematyka ta została podzielona na cztery części, chociaż podział ten ma charakter umowny, biorąc pod uwagę powiązanie i uzupełnianie się prezentowanych treści.

---

<sup>1</sup> Więcej na ten temat: <http://www.tur-info.pl> (15.03.2011).

Pierwsza część opracowania zawiera publikacje dotyczące kluczowego ogniwa gospodarki turystycznej, jakim są przedsiębiorstwa turystyczne. Od aktywności tych podmiotów zależą atrakcyjność proponowanej oferty turystycznej, rozmiary ruchu turystycznego w regionach recepcji, a także skala korzyści ekonomicznych zarówno przedsiębiorstw, jak i jednostek samorządu terytorialnego. Wspomniana aktywność jest sposobem na kształtowanie własnego potencjału konkurencyjnego oraz umacniania swej pozycji na coraz bardziej konkurencyjnym rynku turystycznym.

Z problematyką konkurencyjności w turystyce, dotyczącą przedsiębiorstw, miejscowości i regionów turystycznych, wiąże się kolejna część opracowania, która zawiera publikacje prezentujące tematykę przedsiębiorczości i innowacji w turystyce. Obie kategorie mają bezpośredni związek z konkurencyjnością, oznaczającą umiejętność konkurowania, tzn. działania i przetrwania w konkurencyjnym otoczeniu. Można ją wiązać z różnymi poziomami bytu (systemu) gospodarowania, a także w ujęciu przestrzennym (mówiąc m.in. o konkurencji obszarów recepcji turystycznej, tj. miejscowości i regionów). Jednym z aspektów postrzegania konkurencyjności w turystyce jest jej strona podażowa. Konkurencja podażowa w turystyce oznacza podejmowanie działań przedsiębiorczych, w tym innowacyjnych, mających na celu ubieganie się przedsiębiorstw i regionów turystycznych o względy strony popytowej rynku. W tej części publikacji zostały przedstawione przykłady działań przedsiębiorczych, w tym aktywności innowacyjnej w turystyce, które potwierdzają rosnącą konkurencję w branży turystycznej.

Ważnym czynnikiem wspierającym kształtowanie pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstw i obszarów recepcji turystycznej jest współpraca w procesie tworzenia oferty, jej promocji i dystrybucji. Uczestnikami tej współpracy są bezpośredni usługodawcy w turystyce (ogólniej ujmując – podmioty podaży), jednostki samorządu terytorialnego, samorządu gospodarczego w branży turystycznej oraz związki i organizacje, w których udział biorą wcześniej wymienione strony. Problematyka ta stanowi trzecią część niniejszej publikacji. Szczególnie dużo miejsca poświęcono współpracy, która przyjmuje formę m.in. konsorcjów produktowych, lokalnych i regionalnych organizacji turystycznych, lokalnych grup działania czy też klastrów turystycznych.

Charakter dopełniający ma czwarta część opracowania, która prezentuje niektóre zagadnienia dotyczące m.in. atrakcyjności turystycznej regionów, marketingu w turystyce, rozwoju turystyki i ruchu turystycznego w wybranych regionach, polityki turystycznej i przestrzennej.

Niniejsza publikacja nie wyczerpuje bogatej problematyki kryjącej się pod pojęciem gospodarki turystycznej. Podejmuje szereg tematów, które stanowią ważny przyczynek do lepszego zrozumienia funkcjonowania tej gospodarki w regionach turystycznych. Jest ona kolejną, tzn. czwartą publikacją przygotowaną przez Katedrę Marketingu i Zarządzania Gospodarką Turystyczną Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, przy znaczącym udziale pracowników naukowych i dydaktycznych reprezentujących różne ośrodki akademickie kraju, prowadzące badania nad turystyką i gospodarką turystyczną.