

Spis treści

Wstęp	9
ROZDZIAŁ 1. Przedmiot działalności wyspecjalizowanych podmiotów pośrednictwa i organizacji w turystyce. Podstawowe pojęcia i definicje	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 na działalność pośrednictwa i organizacji	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 na pośrednictwo i organizację	37
2.3.1. Cechy popytu i podaży jako przesłanki funkcji produkcji użyteczności turystycznej	38
2.3.2. Funkcja produkcji użyteczności turystycznej	41
2.4. Punkt widzenia producenta. Funkcja użyteczności producenta a zapotrzebowanie na pośrednictwo i organizację	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 na pośrednictwo i organizację	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 pośrednictwa i organizacji	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 i organizacji	67
3.3.3. Podróże służbowe jako generator popytu na usługi agentów podróży i turoperatorów	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 popyt producentów na usługi pośrednictwa i organizacji	73
4.1. Rozwój transportu jako czynnik stymulujący działalność podmiotów pośrednictwa i organizacji w turystyce	73
4.1.1. Biura podróży jako sieć sprzedaży usług przewoźników	74
4.1.2. Wpływ działalności organizatorskiej biur podróży na wykorzystanie podaży usług transportowych	82
4.2. Rozwój hotelarstwa jako czynnik stymulujący działalność pośrednictwa i organizacji w turystyce	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 na rozwiniętych rynkach turystycznych	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 działania organizatorskiej i pośrednictwa	104
5.4.2. Procesy rozwoju rynku turoperatorского	106
5.5. Najważniejsze cechy współczesnego rynku turoperatorского	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 popytu turystycznego	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 turoperatorskich i pośrednictwa dla producentów usług cząstkowych	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. Litaratura	157
2. Materiały źródłowe	160