

# SPIS TREŚCI

WSTĘP .....	7
<i>Jacek Borzyszkowski</i> ZAGRANICZNE OŚRODKI NARODOWYCH ORGANIZACJI TURYSTYCZNYCH (NTO) – ZMIANY W PIERWSZYCH LATACH XXI W. ....	9
<i>Grażyna Anna Ciepiela, Agnieszka Godlewska, Anna Balińska</i> PRODUKT AGROTURYSTYCZNY W PODREGIONIE OLSZTYŃSKIM .....	26
<i>Małgorzata Dąbrowska</i> WIDZ, UCZESTNIK, OBSERWATOR CZY KONSUMENT – WSPÓŁCZESNY TURYSTA W MUZEUM I NA FESTIWALU ARTYSTYCZNYM .....	49
<i>Piotr Dominik</i> SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ – JAKO WYRAZ ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU HOTELARSTWA .....	60
<i>Remigiusz Dróżdź, Małgorzata Kaniewska</i> WPŁYW IMPREZ MASOWYCH NA POPYT USŁUG HOTELARSKICH W TRÓJMIEŚCIE .....	78
<i>Remigiusz Dróżdź, Katarzyna Knapp</i> WYKORZYSTYWANIE INTERNETU W DZIAŁALNOŚCI MARKETINGOWEJ BIUR PODRÓŻY .....	93
<i>Diana Dryglas</i> FUNDUSZE UNIJNE JAKO INSTRUMENT WSPARCIA DLA ROZWOJU INWESTYCJI W ZAKRESIE INFRASTRUKTURY TURYSTYCZNO-UZDROWISKOWEJ W GMINACH UZDROWISKOWYCH W POLSCE .....	111
<i>Marian Gúčik, Juraj Buranovský</i> IMPACT OF THE GLOBAL ECONOMIC CRISIS ON THE TOURISM DEMAND IN POLAND AND SLOVAKIA .....	132
<i>Mikołaj Jalinik</i> ROLA DORADZTWA W ROZWOJU TURYSTYKI I REKREACJI .....	149
<i>Tadeusz Jędrysiak, Adam E. Szczepanowski</i> QUESTING, CZYLI TURYSTYKA Z ZAGADKAMI JAKO NOWY PRODUKT NA RYNKU TURYSTYKI KULTUROWEJ .....	169

<i>Maria Koniusz</i> PRODUKT POSZERZONY JAKO NARZĘDZIE PRZEWAGI KONKURENCYJNEJ NA RYNKU HOTELARSKIM NA PRZYKŁADZIE REGIONU ŚWIĘTOKRZYSKIEGO .....	183
<i>Andrej Malachovský</i> THE SYSTEMIC CRISIS OF TOURISM IN THE CONTEXT OF THE EUROPEAN TOURISM MARKET .....	199
<i>Małgorzata Matlegiewicz</i> ATRAKCYJNOŚĆ DZIAŁALNOŚCI AGROTURYSTYCZNEJ .....	218
<i>Anna K. Mazurek-Kusiak</i> SZANSE I BARIERY ROZWOJU TURYSTYKI W WOJEWÓDZTWIE LUBELSKIM W OPINIACH TURYSTÓW .....	232
<i>Nazar Kudła, Ewa Pałka</i> POTENCJAŁ TURYSTYCZNY GÓR ŚWIĘTOKRZYSKICH JAKO PODSTAWA KREOWANIA PRODUKTÓW MARKOWYCH .....	244
<i>Arkadiusz Niedziółka</i> PERSPEKTYWY ROZWOJU PODAŻY TURYSTYCZNO-REKREACYJNEJ NA OBSZARACH WIEJSKICH W PÓŁNOCNEJ CZĘŚCI WOJEWÓDZTWA MAŁOPOLSKIEGO .....	262
<i>Dominik Orłowski, Magdalena Woźniczko</i> IMPREZY GASTRONOMICZNE JAKO ELEMENT KSZTAŁTUJĄCY RYNEK TURYSTYKI KULINARNEJ W MAŁOPOLSCE .....	276
<i>Sabina Ostrowska</i> NIEPEWNOŚĆ I DECYZJE STRATEGICZNE W TURYSTYCE UZDROWISKOWEJ .....	303
<i>Aleksander Panasiuk</i> STRUKTURA WSPÓŁCZESNEGO RYNKU TURYSTYCZNEGO .....	319
<i>Michał Roman</i> CZYNNIKI OGRANICZAJĄCE ROZWÓJ AGROTURYSTYKI W WOJEWÓDZTWIE PODLASKIM .....	337
<i>Henryk Sasinowski</i> DETERMINANTY POPYTU I PODAŻY PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH .....	347
<i>Bogusław Sawicki</i> BAZA TRANSPORTOWA JAKO WAŻNY CZYNNIK ROZWOJU RYNKU TURYSTYCZNEGO W WOJEWÓDZTWIE PODKARPACKIM .....	367
<i>Jan Sikora</i> EDUKACYJNE ASPEKTY RYNKU AGROTURYSTYCZNEGO W POLSCE .....	388
<i>Małgorzata Skiert</i> ZNAJOMOŚĆ JĘZYKÓW OBCYCH JAKO ELEMENT PRZYGOTOWANIA ZAWODOWEGO STUDENTÓW KIERUNKU TURYSTYKA I REKREACJA .....	405

<i>Jarosław Skorwider</i> WSPARCIE DZIAŁALNOŚCI TURYSTYCZNEJ ZE ŚRODKÓW PUBLICZNYCH NA TERENIE WOJEWÓDZTWA WARMIŃSKO-MAZURSKIEGO .....	420
<i>Janusz Leszek Sokół</i> DOGOTERAPIA W POLSCE – BADANIA PILOTAŻOWE .....	440
<i>Andrzej Sołoma, Maciej Wesółowski</i> MOŻLIWOŚCI I OGRANICZENIA WYKORZYSTANIA VENTURE CAPITAL I PRIVATE EQUITY JAKO FORMY FINANSOWANIA PRZEDSIĘBIORSTW Z SEKTORA TURYSTYKI .....	462
<i>Danuta Szpilko</i> JAKOŚĆ USŁUG PASAŻERSKIEGO TRANSPORTU KOLEJOWEGO W POLSCE W OPINIACH MIESZKAŃCÓW BIAŁEGOSTOKU .....	480
<i>Agnieszka Wartecka-Ważyńska</i> INSTYTUCJONALNE UWARUNKOWANIA AKTYWNOŚCI TURYSTYCZNEJ MŁODZIEŻY .....	499
<i>Julia Wojciechowska-Solis</i> OCENA ATRAKCJI TURYSTYCZNYCH PROPONOWANYCH PRZEZ MIASTO LUBLIN W OPINII TURYSTÓW .....	517
<i>Magdalena Woźniczko, Dominik Orłowski</i> INNOWACYJNOŚĆ SZLAKÓW WINNYCH W OFERCIE TURYSTYCZNEJ WYBRANYCH KRAJÓW EUROPEJSKICH .....	536
<i>Romuald Ziółkowski</i> INTEGRACJA SYSTEMU SZLAKÓW TURYSTYCZNYCH .....	556
<i>Brigita Žuromskaitė, Deimantė Stankevičiūtė</i> DREWNIANE MŁYNY WODNE I WIATRAKI, JAKO REGIONALNY PRODUKT TURYSTYCZNY ETNOGRAFICZNYCH REGIONÓW LITWY .....	577