

Spis treści

Wstęp	9
Rozdział I	
Kreowanie i rozwój produktów turystycznych	11
1. <i>Mieczysław Adamowicz, Małgorzata Mieczysława Bubrzycka</i> Produkty turystyczne Kurpiowszczyzny jako podstawa atrakcyjności turystycznej regionu	13
2. <i>Anna Katarzyna Mazurek-Kusiak, Bogusław Sawicki</i> Kształtowanie produktu turystycznego w gminie Ustka	26
3. <i>Romuald Ziółkowski, Mikołaj Jalinik</i> Obszary chronione produktem turystycznym	36
4. <i>Marcin Molenda</i> Obiekty przemysłowe jako produkt turystyczny w Polsce	48
5. <i>Anna Sammel</i> Wypoczynek w zamkach, pałacach i dworach jako produkt turystyczny województwa zachodniopomorskiego	58
6. <i>Dominik Orłowski, Magdalena Woźniczko</i> Browar w Żywcu jako markowy produkt turystyczny na Śląskim Szlaku Zabytków Techniki	66
7. <i>Aleksandra Górecka</i> Możliwości rozwoju nowych produktów turystycznych w województwie podkarpackim	78
8. <i>Ewa Czarniecka-Skubina, Joanna Kalata</i> Kuchnia regionalna jako produkt turystyczny na przykładzie Podlasia ..	89
9. <i>Magdalena Woźniczko, Dominik Orłowski</i> Szlak oscypkowy jako nowy produkt turystyczny Podhala	100
10. <i>Piotr Dominik</i> Wino jako produkt turystyczny, uatrakcyjnijający ofertę gastronomiczną .	113

Rozdział II

Konkurencyjność produktów turystycznych na obszarach wiejskich

1. *Marcin Smoleński*
Konkurencyjność wiejskich obszarów recepcji turystycznej 127
2. *Maria Dębniewska, Jarosław Skorwider*
Konkurencyjność cen produktów agroturystycznych 144
3. *Mikołaj Jalinik*
Konkurencyjność produktów turystycznych na obszarach wiejskich 153
4. *Anna Jasińska, Grażyna Anna Ciepiela*
Udział agroturystyki w tworzeniu dochodów gospodarstw rolnych 163
5. *Krystyna Krzyżanowska*
Mass media jako czynnik determinujący rozwój agroturystyki
na przykładzie województwa lubelskiego 174
6. *Arkadiusz Niedziółka*
Czynniki intensyfikujące konkurencyjność produktów agroturystycznych
na Podhalu 184
7. *Monika Kur-Kowalska, Grażyna Anna Ciepiela*
Kreowanie produktu w turystyce wiejskiej na przykładzie
województwa podlaskiego 193
8. *Ewa Tyran*
Konkurencyjność turystyki wiejskiej 206

Rozdział III

Konkurencyjność produktów turystycznych w obiektach hotelarskich

1. *Aleksander Panasiuk*
Cena jako instrument konkurencji przedsiębiorstwa hotelarskiego 217
2. *Bogusław Sawicki, Katarzyna Łaskarzewska*
Efekty gospodarczo-marketingowe łączenia haloterapii z usługami SPA,
wellness i turystyką wiejską 226
3. *Izabela Kapera, Edyta Olszewska*
Usługa hotelarska jako produkt turystyczny na przykładzie Villi Sentoza
w Sopocie 236
4. *Remigiusz Drózd*
SPA jako produkt turystyczny hoteli Trójmiasta 245
5. *Bogusław Sawicki, Maria Bigos*
Wstępna ocena marketingowa usług SPA w Hotelu Europa w Lublinie .. 253
6. *Diana Dryglas*
Turystyka SPA i wellness jako przykład innowacyjnego kierunku
rozwoju uzdrowisk polskich 260

7.	<i>Robert Węglarz</i>	
	Jakość rozumiana jako strategia obiektu hotelowego	270

Rozdział IV

Kształtowanie produktu turystycznego w turystyce kulturowej

1.	<i>Jan Sikora</i>	
	Turystyka literacka i jej produkt rodzajem turystyki kulturowej	283
2.	<i>Henryk Sasinowski</i>	
	Marketingowe aspekty popytu na produkty turystyczne w ujęciu historycznym	291
3.	<i>Anna Wilkońska</i>	
	Postać jako rodzaj produktu turystycznego	304
4.	<i>Hanna Górska-Warsewicz</i>	
	Kształtowanie produktu turystycznego na przykładzie Muzeum Zamoyskich w Kozłowie	318
5.	<i>Małgorzata Szelańska</i>	
	Festiwal w Krakowie – triumf kultury, klęska marketingu?	328
6.	<i>Tadeusz Jędrzyak</i>	
	Konkurencyjność produktów turystycznych w turystyce kulturowej	340

Rozdział V

Problemy konkurencyjności w świadczeniu usług turystycznych

1.	<i>Romuald Ziółkowski</i>	
	Dostępność informacyjna jako element kształtowania konkurencyjności produktu turystycznego	349
2.	<i>Krzysztof Iwaszko</i>	
	Turystyka na obrzeżach Narwiańskiego Parku Narodowego	361
3.	<i>Eugenia Panfiluk</i>	
	Przydatność przestrzeni województwa podlaskiego na potrzeby turystyki	374
4.	<i>Barbara Górka</i>	
	Turystyka biznesowa jako produkt turystyczny podnoszący konkurencyjność Mazowsza	383
5.	<i>Kazimierz Michałowski</i>	
	Zarys koncepcji tworzenia klastrów w sektorze turystycznym	395
6.	<i>Agnieszka Wartecka-Ważyńska</i>	
	Turystyczna rewitalizacja obiektów przemysłowych w Wielkopolsce – wybrane przykłady	402

7.	<i>Adam R. Szromek</i>	
	Analiza przydatności prognostycznych modeli szeregów czasowych	
	składowej periodycznej w prognozowaniu sprzedaży	
	zabiegów przyrodoleczniczych w uzdrowiskach	412
8.	<i>Daniel Puciato, Bolesław Goranczewski</i>	
	Przedsiębiorstwa turystyczne notowane	
	na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie	419
9.	<i>Maria Koniusz</i>	
	Strategia rozwoju turystyki w województwie świętokrzyskim	
	i podkarpackim	429
	Literatura	441