

# Spis treści

<b>Wprowadzenie</b> .....	<b>7</b>
<b>1. Definicja i typologia atrakcji turystycznej</b> .....	<b>9</b>
1.1. Definicja atrakcji turystycznych.....	9
1.2. Typologia atrakcji turystycznych .....	12
1.3. Współczesne trendy i tendencje w rozwoju atrakcji turystycznych.....	16
1.4. Innowacyjność w kreowaniu atrakcji turystycznych.....	19
<b>2. Opis metodologiczny badań</b> .....	<b>23</b>
2.1. Źródła informacji o frekwencji w atrakcjach turystycznych.....	23
2.2. Problemy pomiaru i szacowania frekwencji w atrakcjach turystycznych.....	24
2.3. Grupowanie atrakcji wg rodzajów produktów turystycznych.....	28
2.4. Grupowanie atrakcji wg regionów .....	32
<b>3. Frekwencja w atrakcjach turystycznych wg typów atrakcji</b> .....	<b>35</b>
3.1. Atrakcje przyrodnicze .....	36
3.2. Atrakcje dziedzictwa kulturowego .....	39
3.3. Atrakcje tworzone specjalnie dla turystów .....	44
3.4. Eventy (imprezy, wydarzenia).....	47
<b>4. Typowanie w regionach atrakcji o najwyższej frekwencji i flagowych</b> .....	<b>51</b>
4.1. Wskazanie atrakcji o największej frekwencji w regionach turystycznych oraz atrakcji flagowych.....	52
4.2. Wyniki plebiscytu na TOP5 atrakcji turystycznych w regionach.....	55
<b>5. Dynamika zmian frekwencji w atrakcjach turystycznych w latach 2011–2015</b> .....	<b>59</b>
5.1. Zmiany frekwencji w atrakcjach wg typów atrakcji .....	59
5.2. Zmiany frekwencji w atrakcjach wg regionów .....	61
<b>6. Poglębiona analiza frekwencji w wybranych atrakcjach turystycznych</b> .....	<b>67</b>
6.1. Atrakcje przyrodnicze .....	67
6.1.1. Ruch turystyczny w Tatrzańskim Parku Narodowym.....	67
6.1.2. Ruch turystyczny w Parku Narodowym Gór Stołowych .....	72
6.2. Atrakcje dziedzictwa kulturowego .....	76
6.2.1. Muzeum Narodowe w Krakowie .....	76
6.2.2. Miejsce Pamięci i Muzeum Auschwitz-Birkenau .....	83
6.2.3. Pałac króla Jana III w Wilanowie (muzeum i ogrody).....	86
6.2.4. Zamek Ogrodzieniec .....	89
6.2.5. Zabytkowa Kopalnia Srebra w Tarnowskich Górach .....	92
6.2.6. Frekwencja w atrakcjach Szlaku Zabytków Techniki Województwa Śląskiego .....	94
6.3. Atrakcje tworzone specjalnie dla turystów .....	99
6.3.1. Termy Maltańskie Poznań.....	99
6.3.2. Parki rozrywki w Zatorze.....	104
6.4. Imprezy, eventy, wydarzenia .....	110
6.4.1. Festiwal Kultury Żydowskiej – megaevent i kultowa atrakcja Krakowa .....	110
6.4.2. Festiwal Industriada .....	114
6.5. Atrakcja złożona.....	118
6.5.1. Kopalnia Soli „Wieliczka” – flagowa i kultowa atrakcja .....	118
<b>7. Problemy nadmiernej frekwencji w atrakcjach turystycznych</b> .....	<b>127</b>
7.1. Wenecja – negatywne zmiany pod wpływem nadmiernej frekwencji turystów .....	132
7.2. Kraków – mieszkańcy kontra turyści .....	134
7.3. Problemy z niekulturalnymi turystami w mieście Hvar.....	136
<b>8. Uwagi końcowe</b> .....	<b>139</b>

<b>Literatura.....</b>	<b>141</b>
Strony internetowe.....	145
<b>Spis tabel, rycin i fotografii.....</b>	<b>147</b>
Tabele.....	147
Ryciny.....	147
Fotografie.....	148
<b>Słownik podstawowych pojęć związanych z badaniem frekwencji w atrakcjach turystycznych...</b>	<b>149</b>
<b>Streszczenie.....</b>	<b>153</b>
<b>Synopsis.....</b>	<b>158</b>
<b>Aneks.....</b>	<b>163</b>
Zestawienie tabelaryczne: Frekwencja w atrakcjach turystycznych wg typów atrakcji i województw w latach 2011–2015.....	163