

Spis treści

Wprowadzenie	7
------------------------	---

Część I

Budowa potencjału konkurencyjności turystyki w regionach

Rozdział 1

Orientacja konkurencyjna w zarządzaniu turystyką	13
--	----

Rozdział 2

Marka w turystyce	35
-----------------------------	----

Część II

Uwarunkowania konkurencyjności biznesu turystycznego w polskich regionach

Rozdział 1

Syntetyczny obraz rynku turystycznego w Polsce	57
--	----

Rozdział 2

Czynniki konkurencyjności biznesu turystycznego w regionach

- podstawy metodyczne badań	65
---------------------------------------	----

Rozdział 3	
Profile konkurencyjności MSPT w Polsce	75
3.1. Wprowadzenie teoretyczne	75
3.2. Omówienie wyników badań.	75
3.3. Podsumowanie	79
 Rozdział 4	
Jakość kapitału ludzkiego w regionach	81
4.1. Wprowadzenie teoretyczne	81
4.2. Omówienie wyników badań.	84
4.3. Podsumowanie	88
4.4. Rekomendacje	89
 Rozdział 5	
Instytucjonalne wsparcie finansowe przedsiębiorstw turystycznych	91
5.1. Wprowadzenie teoretyczne	91
5.2. Omówienie wyników badań.	93
5.3. Podsumowanie	101
 Rozdział 6	
Zarządzanie wiedzą w przedsiębiorstwach turystycznych	103
6.1. Wprowadzenie teoretyczne	103
6.2. Omówienie wyników badań.	105
6.3. Podsumowanie	110
6.4. Rekomendacje	111
 Rozdział 7	
Innowacyjność przedsiębiorstw turystycznych.	113
7.1. Wprowadzenie teoretyczne	113
7.2. Omówienie wyników badań.	115
7.3. Podsumowanie	122
7.4. Rekomendacje	123

Rozdział 8

Kierunki wykorzystania technologii informacyjnej

w przedsiębiorstwach turystycznych 125

**8.1. Technologie informacyjne jako kluczowy czynnik budowy konkurencyjności
w sektorze turystycznym 125**

**8.2. Dźwignie konkurencyjności związane z wykorzystaniem technologii informacyjnych
– analiza wyników badań 131**

8.3. Podsumowanie 164

8.4. Rekomendacje 165

Zakończenie 167

Bibliografia 169