

SPIS TREŚCI

WSTĘP		5
ROZDZIAŁ I	OGÓLNE TENDENCJE I ZMIANY W GOSPODARCE TURYSTYCZNEJ	
S. Bosiacki	<i>Gospodarka turystyczna w Polsce - stan obecny i perspektywy rozwoju.....</i>	9
W. Mirowski	<i>Wpływ świadomości i kultury ekologicznej na ekologizację turystyki.....</i>	17
B. Rzeczyński	<i>Logistyka ekoinfrastrukturalna na usługach gospodarki turystycznej.....</i>	25
K. Kasprzak,	<i>Gospodarka turystyczna w koncepcji polityki</i>	
B. Raszka	<i>przestrzennego zagospodarowania kraju do 2030 roku.....</i>	31
J. Feczko	<i>Rozwój jakości środowiska a turystyka.....</i>	59
J. S. Grell	<i>Turysta między terrorem a terroryzmem.....</i>	65
J. Sikora	<i>Agroturystyka przykładem przedsiębiorczości na wsi.....</i>	71
W. Siwiński	<i>Prognozy i tendencje rozwojowe wycieczek turystyczno-krajoznawczych.....</i>	81
ROZDZIAŁ II	SPOŁECZNO-KULTUROWE UWARUNKOWANIA ROZWOJU TURYSTYKI	
A. Wiza	<i>Turysta na tle przemian nowoczesnej cywilizacji.....</i>	89
N. Mikulewicz	<i>Nowa figura: turysta globalny.....</i>	95
P. Inerowicz	<i>Udział młodzieży szkół średnich miasta Konina w pozalekcyjnych zajęciach sportowo – rekreacyjno – turystycznych.....</i>	105
J. Staszewska	<i>Konsumpcja czasu wolnego w turystyce na przykładzie województwa śląskiego.....</i>	115
B. Hołderna-Mielcarek,	<i>Trendy spędzania czasu wolnego młodzieży akademickiej..</i>	121
A. Niezgoda		
J. Górka	<i>Przemiany społeczności wiejskiej pod wpływem rozwoju turystyki.....</i>	135
A. Wartecka-Ważyńska	<i>Aktywność turystyczna młodzieży szkół ponadpodstawowych</i>	141
ROZDZIAŁ III	EKONOMICZNE I ORGANIZACYJNO-PRAWNE PROBLEMY ROZWOJU GOSPODARKI TURYSTYCZNEJ	
U. Szubert-Zarzeczny	<i>Wykorzystanie teorii ekonomii w tworzeniu podstaw nauki o turystyce.....</i>	153
J. Żbikowski,	<i>Kierunki rozwoju turystyki w województwie lubelskim</i>	
G. Godlewski	<i>w aspekcie integracji polski z Unią Europejską.....</i>	167
D. Milewski	<i>Aktywność władz lokalnych województwa zachodniopomorskiego w dziedzinie turystyki.....</i>	177
M. Januszewska	<i>Struktura instytucjonalna rynku biur podróży.....</i>	191
R. Przeorek-Smyka	<i>Nowe możliwości prowadzenia komunikacji marketingowej na rynku biur podróży.....</i>	205
J. Śniadek	<i>Promocja regionu turystycznego jako element marketingu terytorialnego.....</i>	215
W. Wagner,	<i>Analiza dynamiki przyjazdowego ruchu cudzoziemców</i>	
M. Stępień	<i>do Polski w przekroju miesięcznym.....</i>	223

K. Majchrzak	<i>Analiza zachowań konsumentów na polskim rynku turystycznym.....</i>	237
M. Czajkowski	<i>Prawne unormowania zasad i warunków bezpieczeństwa przy uprawianiu turystyki i sportu na terenach górskich...</i>	249
J. Kantyka	<i>Zagospodarowanie turystyczne Żywiecczyny - jakość usług turystycznych.....</i>	255
ROZDZIAŁ IV	METODOLOGIA BADAŃ GOSPODARKI TURYSTYCZNEJ I NOWE TECHNOLOGIE	
W. Wagner,	<i>Zastosowanie korelacji rang Spearmana w analizie</i>	
M. Chmurska	<i>porównawczej hotelarskiej bazy noclegowej województw...</i>	265
S. Bosiacki	<i>Test koniunktury jako technika badań rynku turystycznego</i>	277
K. Nowaczek	<i>Turystyka kosmiczna – niewykorzystany rynek.....</i>	281
R. T. Prinke	<i>Problemy standardów danych turystycznych.....</i>	291
D. Szostak	<i>Miejsce nowoczesnych technik i technologii telekomunikacyjnych w hotelarstwie.....</i>	299
A. Smalec	<i>Wykorzystanie internetu w promocji turystyki przez gminy na przykładzie gmin województwa zachodniopomorskiego.</i>	307
M. Glinkowski	<i>Barwa – istotny czynnik determinujący zachowania konsumentów.....</i>	317