

Dynamika przemian rynku turystycznego

Monografia naukowa wieloautorska
pod redakcją
Zygmunta Kruczka i Włodzimierza Banasika

nr 1



Ministerstwo
Sportu i Turystyki



Warszawa 2014

Autorzy: Włodzimierz Banasik, Katarzyna Bieluszko, Krzysztof Celuch, Jolanta Ćwiklińska, Dagmara Fiszer, Hanna Górską-Warsewicz, Daria Elżbieta Jaremen, Magdalena Kachniewska, Piotr Kociszewski, Kazimierz Kondrat, Zygmunt Kruczek, Jerzy Kulasa, Iryna Manczak, Anna Nizioł, Marcin Olszewski, Aleksander Panasiuk, Anna Katarzyna Para, Anna Przybylska, Andrzej Rapacz, Dawid Szutowski, Hanna Zawistowska

Redakcja: prof. UE Katowice, dr hab. Zygmunt Kruczek
dr Włodzimierz Banasik

Rezensenci: prof. dr hab. Grzegorz Gołębowski
prof. dr hab. Hanna Górską-Warsewicz
prof. dr hab. Magdalena Kachniewska
prof. dr hab. Zygmunt Kruczek
prof. dr hab. Anna Nowakowska
prof. dr hab. Aleksander Panasiuk
prof. dr hab. Elżbieta Puchnarewicz
prof. dr hab. Andrzej Rapacz
prof. dr hab. Hanna Zawistowska
dr Włodzimierz Banasik
dr Hanna Borne-Januła
dr Julian Bystrzanowski
dr Krzysztof Celuch
dr Krzysztof Łopaciński
dr Bartłomiej Walas

Zdjęcie na okładce: Zygmunt Kruczek

Skład i opracowanie: Agencja Reklamowo-Wydawnicza „OSTOJA”
Cianowice, ul. Niebyła 17
32-043 Skała
tel. +48 601 41 01 01

Wydawca: **Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych**
Al. Prymasa Tysiąclecia 38a, 01-242 Warszawa

Stowarzyszenie Ekspertów Turystyki
ul. Nowogrodzka 62B/22, 02-002 Warszawa

ISBN 978-83-933284-6-8

© Copyright by WSTiJO, SET – Warszawa 2014

Druk sfinansowano ze środków budżetowych Ministerstwa Sportu i Turystyki.

Wszelkie prawa zastrzeżone. Żadna część niniejszej publikacji nie może być kserowana, reprodukowana, przechowywana jako źródło danych, przekazywana w jakiegokolwiek mechanicznej, fotograficznej, elektronicznej lub innej formie zapisu bez pisemnej zgody posiadacza praw.

Spis treści

Od redakcji	5
1. Pokolenie „Y” jako czynnik przeobrażeń rynku turystycznego	7
<i>Magdalena Kachniewska</i>	
2. Nowe trendy i innowacje w sektorze atrakcji turystycznych	21
<i>Zygmunt Kruczek</i>	
3. Classification of Innovations in Tourism Companies – systematic literature Review	31
<i>Dawid Szutowski</i>	
4. Rodzaje innowacji w kształtowaniu struktury rynku turystycznego	45
<i>Aleksander Panasiuk</i>	
5. Przesłanki i bariery wdrażania innowacji w przedsiębiorstwach turystycznych	59
<i>Andrzej Rapacz, Daria Elżbieta Jaremen</i>	
6. Strategie zarządzania współczesnymi hotelami	71
<i>Hanna Górską-Warszewicz</i>	
7. Granice innowacyjności w turystyce współczesnej z perspektywy kulturoznawczej	83
<i>Kazimierz Kondrat</i>	
8. Innowacyjne modele biznesu w turystyce	97
<i>Anna Katarzyna Para</i>	
9. Innowacyjność w ofercie turystycznej dla seniorów	113
<i>Piotr Kociszewski</i>	
10. Zakupy grupowe jako przykład nowej strategii marketingowej stosowanej w turystyce	127
<i>Anna Przybylska</i>	
11. Gry miejskie i questing produktem turystycznym na przykładzie Warszawy	139
<i>Włodzimierz Banasik, Dagmara Fiszer</i>	
12. Kreowanie oferty turystycznej przez instytucje muzealne krakowskiego Kazimierza	151
<i>Iryna Manczak</i>	
13. Zarządzanie przemysłem spotkań w Polsce – próba analizy ilościowo-jakościowej lat 2009–2013	163
<i>Krzysztof Celuch</i>	
14. Wpływ internetu na kształtowanie się modelu prawnej ochrony konsumentów usług turystycznych	173
<i>Hanna Zawistowska</i>	

Spis treści

- 15. Zastosowanie chmury obliczeniowej w działalności przedsiębiorstwa turystycznego..... 189**
Jerzy Kulasa, Anna Nizioł
- 16. Zaangażowanie konsumenta jako instrument kampanii promocyjnych
w branży turystycznej 201**
Jolanta Ćwiklińska
- 17. Opiniotwórcza rola mediów społecznościowych w kształtowaniu
zachowań nabywczych klientów hoteli 213**
Katarzyna Biełuszko
- 18. Turystyczne karty konkurencyjnym narzędziem marketingowym
w promocji polskich miast i regionów 229**
Dagmara Fiszer, Włodzimierz Banasik
- 19. Współpraca przedsiębiorstw turystycznych z uczelniami wyższymi
jako metoda niwelowania luki wiedzy 249**
Marcin Olszewski