

# 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

---

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

*Spis treści*

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