

# PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

# RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

Nr 473

**Gospodarka turystyczna w regionie.  
Przedsiębiorstwo. Samorząd. Współpraca**



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu  
Wrocław 2017

Redakcja wydawnicza: Barbara Majewska  
Redakcja techniczna: Barbara Łopusiewicz  
Korekta: Justyna Mroczkowska  
Łamanie: Małgorzata Myszkowska  
Projekt okładki: Beata Dębska

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania  
znajdują się na stronach internetowych  
[www.pracnaukowe.ue.wroc.pl](http://www.pracnaukowe.ue.wroc.pl)  
[www.wydawnictwo.ue.wroc.pl](http://www.wydawnictwo.ue.wroc.pl)

Publikacja udostępniona na licencji Creative Commons  
Uznanie autorstwa-Użycie niekomercyjne-Bez utworów zależnych 3.0 Polska  
(CC BY-NC-ND 3.0 PL)



© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu  
Wrocław 2017

**ISSN 1899-3192**  
**e-ISSN 2392-0041**  
**ISBN 978-83-7695-658-9**

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Zamówienia na opublikowane prace należy składać na adres:  
Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu  
ul. Komandorska 118/120, 53-345 Wrocław  
tel./fax 71 36 80 602; e-mail: [econbook@ue.wroc.pl](mailto:econbook@ue.wroc.pl)  
[www.ksiegarnia.ue.wroc.pl](http://www.ksiegarnia.ue.wroc.pl)

Druk i oprawa: TOTEM

## Spis treści

<b>Wstęp</b> .....	11
Profesor Andrzej Rapacz – 40 lat pracy naukowej na Uniwersytecie Ekonomicznym we Wrocławiu .....	13
<b>Andrzej Anszperger:</b> Konkurencyjność turystyczna województwa kujawsko-pomorskiego / Tourist competitiveness of Kuyavian and Pomeranian voievodship .....	27
<b>Agata Balińska:</b> Konkurencyjność agroturystyki jako formy spędzania czasu wolnego / The competitiveness of rural tourism as a form of leisure time .....	37
<b>Agata Basińska-Zych, Bernadeta Holderna-Mielcarek:</b> Wpływ turystyczno-rekreacyjnych zachowań mieszkańców na rozwój innowacyjnej oferty metropolii na przykładzie Poznania / The impact of tourist and recreational behaviors of city inhabitants on the development of innovative metropolis offer on the example of Poznan agglomeration .....	49
<b>Marlena Bednarska:</b> Determinanty satysfakcji z pracy w turystyce – empiryczna weryfikacja modelu trójczynnika / Determinants of job satisfaction in tourism – empirical verification of three-factor model.....	60
<b>Jadwiga Berbeka:</b> Fotografia powietrzna jako innowacyjne narzędzie współtworzenia przeżyć turystów / Aerial photography as an innovative tool in tourists experiences co-creation.....	69
<b>Małgorzata Borkowska-Niszczota:</b> Aktywność władz samorządowych w strukturach klastrowych / Activity of local government in cluster structures .....	77
<b>Jacek Borzyszkowski:</b> Podnoszenie konkurencyjności obszarów recepcji turystycznej jako zadanie organizacji nimi zarządzających / Rising the competitiveness of destinations as a task of destination management organizations .....	88
<b>Stefan Bosiacki, Bernadeta Holderna-Mielcarek:</b> Marketing doświadczeń na przykładzie atrakcji turystycznej Brama Poznania ICHOT / Experience marketing on the example of Porta Posnania ICHOT tourist attraction ....	98
<b>Patryk Brambert, Artur Zieliński:</b> Atrakcje a możliwości rozwoju klastra turystycznego na przykładzie południowo-wschodniej części regionu świętokrzyskiego / Southeastern part of Świętokrzyskie region as an example for research on relations between tourist attractions and possibilities for a tourism cluster development.....	107

<b>Krzysztof Cieślowski:</b> Rola wydarzeń w promocji regionów turystycznych / The role of events in the promotion of tourism regions .....	117
<b>Katarzyna Czernek:</b> Zasadność łączenia ilościowej i jakościowej analizy sieciowej w badaniach relacji w regionie turystycznym / Validity of combining quantitative and qualitative social network analysis in a research on relations in a tourist region .....	127
<b>Beata Dec, Greg Richards:</b> Wrocław in comparison with other European creative cities / Wrocław w porównaniu z innymi europejskimi miastami kreatywnymi .....	137
<b>Maciej Dębski:</b> Jakość jako element komunikacji marketingowej rodzinnego mikroprzedsiębiorstwa turystycznego świadczącego usługi noclegowe / Quality in the marketing communication of micro family businesses offering accommodation services .....	148
<b>Sebastian Dudziak:</b> Wykorzystanie mailingu w branży hotelarskiej na przykładzie hoteli nadmorskich w Polsce / The application of mailing in the hotel industry on the example of coastal hotels in Poland.....	160
<b>Ewa Dzedzic, Teresa Skalska:</b> <i>Data envelopment analysis</i> jako narzędzie wspomagające zarządzanie regionami turystycznymi / Data Envelopment Analysis as a tool supporting management of tourism regions .....	171
<b>Beata Gierczak-Korzeniowska:</b> Aspekt narodowościowy w odbiorze i ocenie jakości usług turystycznych w transporcie lotniczym / The aspect of nationality in the reception and evaluation of the quality of tourism services in air transport.....	180
<b>Ewa Grabińska:</b> Metodologiczne założenia analizy benchmarkingowej portów lotniczych / Methodological assumptions for benchmark analysis of airports .....	193
<b>Piotr Gryszel:</b> Tradycje kulinarne Karkonoszy a regionalny produkt turystyczny w dobie ekonomii doświadczeń / Culinary traditions of the Karkonosze Mountains vs. regional tourist product in the age of experience economy.....	203
<b>Andrzej Hadzik, Jakub Ryśnik, Danuta Żylak:</b> Kluczowe problemy zarządzania w turystyce zdrowotnej w opinii kadry menadżerskiej podmiotów sektora turystyki zdrowotnej / Key management problems in health tourism in the opinion of management staff of the health tourism sector entities .....	216
<b>Daria Hołodnik, Kazimierz Perehuda:</b> Przestrzeń miejsca czy przepływów? Toskania jako benchmark współkreowania pola znaczeń dla turystyki winnej / Tourism destination or tourism flow? Tuscany as a benchmark of wine tourism meaning field co-creation .....	224
<b>Marcin Hundert:</b> Analiza czynników wpływających na orientację marketingową touroperatorów / Analysis of factors affecting marketing orientation of touroperators.....	237

<b>Mikołaj Jalinik:</b> Tourist traffic in the Białowieża Forest in the light of research / Ruch turystyczny na obszarze Puszczy Białowieskiej w świetle badań.....	247
<b>Małgorzata Januszewska:</b> Rozwój turystyki seniorów jako konsekwencja zmian starości demograficznej / Increase of senior citizens' tourism as a consequence of demographic aging changes .....	257
<b>Małgorzata Januszewska, Mirosław Januszewski:</b> Potencjał kooperacyjny przedsiębiorstw uzdrowiskowych / Cooperential potential of spa enterprises .....	265
<b>Daria Elżbieta Jaremen, Elżbieta Nawrocka:</b> Konkurencyjność Airbnb na rynku hotelarskim / Airbnb competitiveness on the hospitality market sector	274
<b>Daria Elżbieta Jaremen, Elżbieta Nawrocka:</b> Wizerunek Airbnb kreowany online / The image of Airbnb created online .....	286
<b>Izabela Kapera:</b> Współpraca gmin dla rozwoju turystyki / Municipal collaboration for tourism development .....	297
<b>Joanna Kizielewicz:</b> Kształtowanie cen ofert turystycznych na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej / Pricing policy of tourist packages on the cruise ship tourism market.....	307
<b>Zygmunt Kruczek:</b> Czarnobyl – od katastrofy do kreowania atrakcji w strefie zamkniętej / The Chernobyl Exclusion Zone (CEZ) from abandoned heritage to a tourist attraction/product.....	317
<b>Mirosław Marczak:</b> Branding obszaru recepcji turystycznej i jego wykorzystanie w działaniach narodowych organizacji turystycznych / Branding of tourist reception area and its use in the activities of national tourism organizations.....	325
<b>Ewa Markiewicz, Agnieszka Niezgoda:</b> Hotel jako wyreżyserowana przestrzeń turystyczna. Rola motywacji i doświadczeń turysty / Hotel as a stage managed touristic space. The role of motivation and experience of the tourist .....	339
<b>Izabela Michalska-Dudek:</b> Identyfikacja czynników warunkujących stosowanie programów lojalnościowych przez biura podróży w Polsce / Identification of factors determining the implementation of loyalty programs in travel agencies in Poland .....	347
<b>Jolanta Mirek:</b> Ekwiwalencja badań marketingowych w turystyce międzynarodowej / Equivalence of marketing research in international tourism ..	357
<b>Agata Niemczyk:</b> Aplikacje mobilne jako determinanta zachowań turystycznych (na przykładzie Krakowa) / Mobile apps as a determinant of tourist behaviour (on the example of Cracow) .....	370
<b>Marek Nowacki, Matylda Awedyk, Joanna Kowalczyk-Anioł, Karolina Królikowska, Małgorzata Pstrocka-Rak, Grzegorz Rak:</b> Strategie rozwoju turystyki w Polsce w kontekście zrównoważonego rozwoju / Poland's tourism strategies in the context of sustainable development.....	381

<b>Marcin Olszewski, Barbara Kowalczyk:</b> Zróżnicowanie innowacyjności przedsiębiorstw hotelarskich w Polsce – studium empiryczne / The differentiation of innovation activity in the Polish hotel industry – the empirical study .....	390
<b>Aleksander Panasiuk:</b> Koncepcja orientacji marketingowej touroperatorów / The marketing orientation concept of touroperators .....	399
<b>Adam Pawlicz, Anna Tokarz-Kocik, Aneta Wolna-Samulak, Karolina Michalska-Harasimiuk:</b> Problemy pomiaru regulacji rynku touroperatorskiego w wybranych państwach europejskich / Problems of regulation measurement of tour operator market in selected European countries.....	410
<b>Natalia Piechota:</b> Role <i>convention bureau</i> w świetle badań empirycznych / The roles of <i>convention bureau</i> in empirical research.....	422
<b>Daniel Puciato, Magdalena Brega:</b> Wykorzystanie <i>revenue management</i> na przykładzie hotelu The Royal Park w Londynie / Hotel revenue management based on The Royal Park Hotel, London.....	433
<b>Andrzej Rapacz, Marek Obrębalski:</b> Wspieranie rozwoju infrastruktury uzdrowskiej gmin regionu dolnośląskiego w ramach RPO 2007-2013 / Support for the development of SPA infrastructure in the municipalities of Lower Silesia Region within the framework of Regional Operational Programme 2007-2013 .....	441
<b>Michał Roman:</b> Current state and prospects for the development of tourism, including agritourism, in the Republic of Moldova / Stan obecny i perspektywy rozwoju turystyki, w tym agroturystyki, w Republice Mołdawii.....	455
<b>Beata Rosicka:</b> Funkcja turystyczna zamku Książ / Tourist function of Książ Castle .....	468
<b>Michał Rudnicki:</b> Znaczenie portali zakupowych typu Groupon w procesie decyzyjnym turysty a inne technologie informacyjno-komunikacyjne / Importance of group buying websites like Groupon among other information and communication technology (ICT) in the making-decision process of a tourist.....	476
<b>Michał Rudnicki, Krzysztof Borodako:</b> Internet rzeczy w infrastrukturze portu lotniczego jako element usprawnienia obsługi ruchu turystycznego / Internet of things in the airport infrastructure as an element of improvement in tourism traffic operations.....	489
<b>Józef Sala:</b> Rola i paradygmaty rozwoju międzynarodowych korporacji hotelowych na rynku polskim / Role and development paradigms of international hotel corporations on the Polish market .....	498
<b>Agnieszka Sawińska:</b> Orientacja marketingowa biur podróży w Polsce / Marketing orientation of travel agencies in Poland.....	507
<b>Renata Seweryn:</b> Uczestnicy megawydarzenia – Światowych Dni Młodzieży. (Nie)typowa grupa turystów w Krakowie w 2016 r. / Participants	

of mega event – World Youth Days. A (non)typical group of tourists in Cracow in 2016 .....	519
<b>Marta Sidorkiewicz:</b> Wykorzystanie rzeczywistości wirtualnej do promocji oferty touroperatorów. Ujęcie teoretyczne / Use of virtual reality for the promotion of touroperators offers. Theoretical approach .....	529
<b>Jan Sikora, Agnieszka Wartecka-Ważyńska:</b> Wyjazdy turystyczno-rekreacyjne kobiet 50+ a ich sytuacja materialna / Women’s fifty plus tourist vs. recreation trips and their financial situation .....	537
<b>Paweł Stelmach:</b> Struktura dystrybucji usług uzdrowiskowych a funkcja uzdrowiskowa gmin. Koncepcja i wstępne wyniki badań / Spa services distribution structure vs. spa resort specialization. The framework of research and partial finding .....	552
<b>Elżbieta Szymańska:</b> Innowacyjność usług turystycznych – koncepcja modelu procesu rozproszonego / Innovation in tourism services – the concept of a spreaded model .....	562
<b>Anna Tokarz-Kocik:</b> Inwestycje retencyjne w kapitał ludzki w hotelarstwie. Aspekty teoretyczne / Retention investments in human capital in the hotel industry. Theoretical aspects .....	570
<b>Beata Warczewska:</b> Rozwój infrastruktury turystycznej na przykładzie dolnośląskich parków krajobrazowych / The development of touristic infrastructure on the example of Lower Silesia landscape parks .....	579
<b>Elżbieta Wąsowicz-Zaborek:</b> Użyteczność krańcowa a lojalność wobec miejsca docelowego / Marginal utility vs. repeat visitation in tourism destination .....	587
<b>Justyna Woźniak, Katarzyna Mięsiak-Wójcik:</b> Specyfika pracy <i>guest relations</i> w obsłudze ruchu turystycznego na przykładzie wybranych hoteli w Egipcie / <i>Guest relations</i> position specificity in tourist services on the example of selected hotels in Egypt .....	597
<b>Ewa Wszendybył-Skulska:</b> Kreatywność determinantą kształtowania przewagi konkurencyjnej w turystyce / Creativity as a determinant of shaping competitive advantage in tourism .....	609
<b>Jan Zawadka:</b> Poziom znajomości i popularności wybranych produktów turystyki wiejskiej w Polsce wśród jej mieszkańców / The level of knowledge and popularity of selected rural tourism products in Poland among their residents .....	617
<b>Piotr Zawadzki:</b> Targi turystyczne jako narzędzie aktywności promocyjnej powiatu jeleniogórskiego / Tourist fairs as a tool for promotional activity of Jelenia Góra district .....	627
<b>Michał Żemła, Kamila Ziółkowska-Weiss:</b> Turystyka między krajami Grupy Wyszehradzkiej. Wybrane problemy i perspektywy na przyszłość / Tourism among the Visegrad countries. Selected problems and perspectives for the future .....	637

## Wstęp

Turystyka jest zjawiskiem o bogatej i różnorodnej treści, co wiąże się m.in. z jej interdyscyplinarnym charakterem. Współczesna turystyka jest elementem stylu życia milionów osób, sposobem poznawania otaczającego nas bliższego i dalszego świata, przyrody, ludzi i kultury. Stwarza możliwości wypoczynku, regeneracji sił, poprawy stanu zdrowia, przyczynia się do rozwoju ekonomicznego miejscowości i regionów stanowiących miejsce czasowego pobytu turystów. Jej rozwój powiązany jest z funkcjonowaniem wielu gałęzi gospodarki, a w przypadku zagranicznej turystyki przyjazdowej pojawiają się efekty mnożnikowe identyfikowane w skali lokalnej, regionalnej i krajowej. Efektem dynamicznego jej rozwoju jest dalsze rozszerzenie działalności określanej w literaturze przedmiotu mianem gospodarki turystycznej. W miejscach recepcji ruchu turystycznego, tj. w miejscowościach i regionach, powstaje i rozwija się dalej pewna całość gospodarcza o wyraźnie zarysowanych powiązaniach wewnętrznych. Chodzi o działalność gospodarczą związaną z tworzeniem odpowiedniej infrastruktury para- i turystycznej (tzw. zaplecza materialnego turystyki), a także działalność związaną z organizacją i obsługą ruchu turystycznego. Zmiany zachodzące w potrzebach turystów, motywach udziału w turystyce, rosnącym poziomie życia, a także postęp w technologiach informacyjnych przyczyniają się do rozwoju nowych ofert, zmian w sposobach i formach obsługi turystów, stawiając nowe wyzwania przed podmiotami tworzącymi instytucjonalną strukturę wspomnianej gospodarki turystycznej.

W świetle tych faktów zasadne jest prowadzenie badań nad gospodarką turystyczną, rynkiem turystycznym, zmianami dokonywanymi się w otoczeniu przedsiębiorstw turystycznych i ich funkcjonowaniu, nad rolą władz lokalnych we wspieraniu i kształtowaniu rozwoju sektora turystycznego. Obszerność i złożoność problematyki gospodarki turystycznej znajduje odzwierciedlenie w wielości podejmowanych tematów badawczych, m.in. przez pracowników uczelni wyższych zajmujących się tą tematyką, a w efekcie w liczbie publikacji naukowych. Prezentowane opracowanie jest potwierdzeniem tej aktywności i stanowi znaczący wkład w dorobek publikacyjny poświęcony turystyce, gospodarce turystycznej, współpracy przedsiębiorstw turystycznych i władz samorządowych w miejscowościach i regionach recepcji turystów.

W przedłożonej czytelnikom publikacji znajduje się wiele opracowań podejmujących różne aspekty funkcjonowania rynku i gospodarki turystycznej w drugiej dekadzie XXI wieku. Problematyka prezentowana w publikacji jest stosunkowo szeroka, ale można wyróżnić kilka wiodących obszarów tematycznych. Na szczególną uwagę zasługują artykuły, które podejmują następującą tematykę:

- funkcjonowania rynku turystycznego, w szczególności rynku usług hotelarskich i lotniczych, rynku biur podróży;



- konkurencyjności regionów turystycznych;
- innowacyjności w turystyce;
- rozwoju turystyki na obszarach wiejskich;
- nowych technologii informacyjnych w turystyce;
- rozwoju turystyki zdrowotnej.

Podjęte w prezentowanych opracowaniach zagadnienia wzbogacają wiedzę na temat aktualnych problemów funkcjonowania gospodarki turystycznej, a także rynku w aspekcie popytowym i podażowym, mając jednocześnie charakter dyskusyjny. Chociaż nie wyczerpują one problematyki kryjącej się za sformułowaniem: „gospodarka turystyczna w regionie – samorząd – współpraca”, należy je uznać za znaczący przyczynek do pełniejszego opisu i lepszego zrozumienia zjawisk i procesów związanych z turystyką jako fenomenem XX i XXI wieku.

\*\*\*

Niniejszy zeszyt Prac Naukowych Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu został wydany z okazji 40-lecia pracy naukowej Profesora Andrzeja Rapacza. Jubileusz zbiegł się z VII Konferencją Naukowo-Branżową *Gospodarka turystyczna w regionie. Przedsiębiorstwo. Samorząd. Współpraca*, odbywającą się w dniach 22-23 maja 2017 r. w Łomnicy k. Jeleniej Góry. W środowisku naukowym mówi się o jeleniogórskiej szkole turystyki i gospodarki turystycznej – jej twórcami byli profesorowie Józef Krynicki i Aleksander Kornak. Profesor Andrzej Rapacz od momentu zatrudnienia w roku 1977 w jeleniogórskiej filii Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu rozwija ją i unowocześnia, konsekwentnie kontynuując jej prace i kreując wraz ze swoimi współpracownikami odrębny i wyróżniający się stosunek do rzeczywistości gospodarki turystycznej oraz sposób pracy naukowej. Efekty aktywności badawczej zespołu systematycznie prezentowane są podczas cyklicznie organizowanej pod kierownictwem Profesora konferencji naukowo-branżowej i w ukazujących się pod jego redakcją pracach naukowych o wspólnym tytule *Gospodarka turystyczna w regionie. Przedsiębiorstwo. Samorząd. Współpraca*.

Przekazujemy w Państwa ręce szczególnie numer Prac Naukowych Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu – poświęcony Profesorowi Andrzejowi Rapaczowi, kierownikowi Katedry Marketingu i Zarządzania Gospodarką Turystyczną. Opracowanie podzielono na dwie części, z których w pierwszej przybliżono sylwetkę Profesora, druga natomiast zawiera artykuły przygotowane przez przyjaciół i uczniów Profesora oraz uczestników konferencji z kilkunastu ośrodków naukowych.

Pracę tę dedykujemy Panu Profesorowi wraz z najlepszymi życzeniami zdrowia i satysfakcji zarówno z pracy naukowej, jak i z życia osobistego.

*Zespół Katedry Marketingu  
i Zarządzania Gospodarką Turystyczną UE we Wrocławiu*