

Spis treści

WSTĘP	5
I. TEORETYCZNE ASPEKTY FUNKCJONOWANIA ORGANIZACJI ZARZĄDZAJĄCYCH OBSZARAMI RECEPCJI TURYSTYCZNEJ	15
1. Przegląd podstawowych pojęć związanych z DMO	16
1.1. Definiowanie obszaru recepcji turystycznej	16
1.2. Dyskusja nad zagadnieniem zarządzania obszarem recepcji turystycznej.....	24
1.3. Definiowanie DMO. Analiza pojęcia w kontekście marketingu i zarządzania obszarem recepcji turystycznej	29
1.4. Dotychczasowy stan badań nad DMO.....	32
2. Typy DMO a podział administracyjny kraju.....	34
3. Ewolucja struktur organizacyjnych do spraw turystyki	46
3.1. Proces kształtowania struktur organizacyjnych wraz z wyodrębnianiem DMO.....	46
3.2. Ogólny zarys zmian w funkcjonowaniu DMO. Stan obecny organizacji.....	54
II. ZAKRES ZADAŃ I ODPOWIEDZIALNOŚCI ORGANIZACJI ZARZĄDZAJĄCYCH OBSZARAMI RECEPCJI TURYSTYCZNEJ	59
1. Podnoszenie konkurencyjności obszaru recepcji turystycznej a DMO.....	59
2. Obszary odpowiedzialności badanych organizacji.....	65
2.1. Zadania DMO w świetle dotychczasowych badań i analiz naukowych	65
2.2. Zakres zadań organizacji na różnych poziomach administracji.....	72
2.3. Koncepcja zadań i zakresu odpowiedzialności organizacji zarządzających obszarami recepcji turystycznej.....	78
III. PODSTAWOWE ZAŁOŻENIA BADAWCZE ZWIĄZANE Z ORGANIZACJAMI ZARZĄDZAJĄCYMI OBSZARAMI RECEPCJI TURYSTYCZNEJ	83
1. Opis metodologiczny badań	84
2. Wielkość zatrudnienia w organizacjach.....	95
3. Formy prawne DMO. Problem członkostwa w organizacjach.....	100

IV. FINANSOWANIE ORGANIZACJI ZARZĄDZAJĄCYCH OBSZARAMI RECEPCJI TURYSTYCZNEJ	109
1. Źródła finansowania DMO	110
2. Wielkość budżetów i ich charakterystyka	120
3. Struktura wydatków DMO	141
V. DZIAŁANIA MARKETINGOWE PODEJMOWANE PRZEZ BADANE ORGANIZACJE	157
1. Istota marketingu obszaru recepcji turystycznej. Koncepcja <i>brandingu</i> i marki w sferze działań DMO	158
2. Działania promocyjne podejmowane przez organizacje	164
3. Działania w zakresie informacji turystycznej oraz rezerwacji usług turystycznych	179
4. DMO a rozwój produktów turystycznych	189
VI. DZIAŁANIA ORGANIZACJI ZARZĄDZAJĄCYCH OBSZARAMI RECEPCJI TURYSTYCZNEJ W ZAKRESIE STRATEGII WSPIERANIA	217
1. Planowanie rozwoju turystyki	218
2. Rozwój zasobów ludzkich. Edukacja i podnoszenie jakości kadr turystycznych	224
3. Rozwój technologii i systemów informacyjnych	239
4. Zarządzanie kryzysowe	248
5. Współpraca z otoczeniem. Relacje z interesariuszami	255
6. Propagowanie idei zrównoważonego rozwoju turystyki	267
VII. KIERUNKI ROZWOJU ORGANIZACJI ZARZĄDZAJĄCYCH OBSZARAMI RECEPCJI TURYSTYCZNEJ	281
1. Zmiany w sektorze turystyki a szanse i zagrożenia rozwoju DMO	282
2. Próba kompleksowej oceny działań badanych DMO	289
3. Koncepcja lidera obszaru recepcji turystycznej	307
WNIOSKI	325
WYKAZ WYKORZYSTANYCH ŹRÓDEŁ	345
SPIS TABEL	369
SPIS RYCIN	375
STRESZCZENIE	379
ABSTRACT	381