

Spis treści

Przedmowa	7
1. Konkurencja jako proces rynkowy	13
1.1. Rynek jako przedmiot badań naukowych	13
1.2. Konkurencja jako kategoria ekonomiczna	21
1.3. Instrumenty konkurencji.	31
1.4. Strategie konkurencyjne jako element kształtowania rynku	42
2. Rynek usług transportu lotniczego w Polsce	52
2.1. Specyfika rynku usług transportu lotniczego	52
2.2. Przemiany na rynku usług transportu lotniczego	72
2.3. Polski rynek usług transportu lotniczego.....	87
2.4. Zachowania transportowe pasażerów podróżujących transportem lotniczym.....	107
3. Instrumenty konkurencji na rynku transportu lotniczego w Polsce	123
3.1. Kształtowanie usługi lotniczej	123
3.2. Kształtowanie cen.	136
3.3. Kształtowanie dostępności transportu lotniczego	145
3.4. Kształtowanie polityki promocji	165
4. Procesy konkurencyjne na rynku transportu lotniczego w Polsce	172
4.1. Konkurencja międzygałęziowa	172
4.2. Konkurencja wewnątrzgałęziowa na rynku przewozów lotniczych	185
4.3. Konkurencja wewnątrzgałęziowa wśród portów lotniczych	208
4.4. Konkurencja w segmencie podmiotów funkcjonujących w otoczeniu portów lotniczych.....	228
5. Kierunki rozwoju konkurencji na rynku transportu lotniczego w Polsce	241
5.1. Prywatyzacja podmiotów sektora transportu lotniczego jako czynnik rozwoju konkurencji	241
5.2. Rola władz publicznych w rozwoju konkurencji na rynku transportu lotniczego	252
5.3. Innowacyjność jako efekt rozwoju konkurencji	263
5.4. Scenariusze rozwoju konkurencji na rynku transportu lotniczego w Polsce.....	270

Podsumowanie	282
Załącznik	
Kwestionariusz ankietowy	289
Bibliografia	293
Spis tabel	309
Spis rysunków	312