

|                    |   |
|--------------------|---|
| <b>WSTĘP</b> ..... | 7 |
|--------------------|---|

## **Rozdział I**

|                                                         |    |
|---------------------------------------------------------|----|
| <b>TURYSTYKA JAKO BRANŻA GOSPODARKI</b> .....           | 13 |
| 1.1. Turystyka jako przedmiot badań ekonomicznych ..... | 13 |
| 1.2. Miejsce turystyki w strukturze gospodarki .....    | 19 |
| 1.3. Ekonomiczne funkcje turystyki .....                | 24 |
| 1.4. Gospodarka turystyczna .....                       | 27 |

## **Rozdział II**

|                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------|----|
| <b>FUNKCJONOWANIE RYNKU TURYSTYCZNEGO</b> .....                     | 36 |
| 2.1. Istota i zakres rynku turystycznego .....                      | 36 |
| 2.2. Cechy rynku turystycznego .....                                | 41 |
| 2.3. Relacje na rynku turystycznym .....                            | 49 |
| 2.4. Modele rynku turystycznego .....                               | 54 |
| 2.5. Metodyczne aspekty analizy struktury rynku turystycznego ..... | 63 |

## **Rozdział III**

|                                                       |    |
|-------------------------------------------------------|----|
| <b>STRUKTURA PODMIOTOWA RYNKU TURYSTYCZNEGO</b> ..... | 68 |
| 3.1. Struktura świadczeniodawców .....                | 69 |
| 3.1.1. Przedsiębiorstwa turystyczne .....             | 69 |
| 3.1.2. Destynacje turystyczne .....                   | 79 |
| 3.2. Struktura świadczeniobiorców .....               | 90 |
| 3.3. Struktura podmiotów polityki turystycznej .....  | 96 |

## **Rozdział IV**

|                                                         |     |
|---------------------------------------------------------|-----|
| <b>STRUKTURA PRZEDMIOTOWA RYNKU TURYSTYCZNEGO</b> ..... | 110 |
| 4.1. Podaż turystyczna .....                            | 111 |
| 4.2. Popyt turystyczny .....                            | 127 |
| 4.3. Cena produktu turystycznego .....                  | 138 |
| 4.4. Jakość produktu turystycznego .....                | 144 |

## **Rozdział V**

|                                                                                     |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>PROCESY STRUKTURALNE NA RYNKU TURYSTYCZNYM</b> .....                             | 154 |
| 5.1. Oferta turystyczna .....                                                       | 154 |
| 5.1.1. Produkt turystyczny jako oferta rynkowa .....                                | 154 |
| 5.1.2. Wymiary oferty turystycznej .....                                            | 160 |
| 5.2. Metody i instrumenty polityki turystycznej .....                               | 166 |
| 5.3. Instrumenty marketingowe w kształtowaniu oferty na rynku<br>turystycznym ..... | 176 |
| 5.3.1. Wprowadzenie do zagadnień marketingu turystycznego .....                     | 176 |
| 5.3.2. Struktura instrumentów marketingowych .....                                  | 179 |
| 5.3.3. Cykl życia produktu turystycznego .....                                      | 191 |
| 5.4. Strategie na rynku turystycznym .....                                          | 197 |

## **Rozdział VI**

|                                                                                               |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>WSPÓŁCZESNE PROBLEMY STRUKTURALNE RYNKU TURYSTYCZNEGO</b> .....                            | 209 |
| 6.1. Globalizacja rynku turystycznego .....                                                   | 209 |
| 6.2. Asymetria informacji na rynku turystycznym .....                                         | 220 |
| 6.3. Nowoczesne technologie informacyjne na rynku turystycznym<br>(e-rynek turystyczny) ..... | 229 |
| 6.4. Procesy innowacyjne na rynku turystycznym .....                                          | 239 |
| 6.5. Rynek turystyczny a rynki substytucyjne i komplementarne .....                           | 248 |
| 6.6. Kierunki kształtowania polityki turystycznej .....                                       | 255 |
| <b>ZAKOŃCZENIE</b> .....                                                                      | 263 |
| <b>WYKAZ LITERATURY</b> .....                                                                 | 267 |