

SPIS TREŚCI

Strona

Wstęp	7
Rozdział 1. Konsumpcja – kwestie teoretyczne i terminologiczne	19
1.1. Podstawowe pojęcia dotyczące konsumpcji	19
1.2. Geneza i rozwój teorii konsumpcji	29
1.3. Współczesne teorie konsumpcji	39
1.4. Modele zachowania konsumentów	42
1.4.1. Modele postępowania decyzyjnego konsumentów	47
1.4.2. Modele zintegrowane zachowania konsumentów	55
1.4.3. Modele zachowania konsumentów po dokonaniu zakupu	62
1.5. Tendencje w zachowaniach konsumentów	67
Rozdział 2. Konsument na rynku usług turystycznych z uwzględnieniem morskiej żeglugi wycieczkowej	72
2.1. Pojęcie, cechy i zakres rynku usług turystycznych	72
2.2. Typologia konsumentów na rynku usług turystycznych	80
2.3. Czynniki determinujące zachowania konsumentów na rynku usług turystycznych	93
2.3.1. Czynniki psychologiczne	98
2.3.2. Czynniki demograficzne	104
2.3.3. Czynniki społeczne i kulturowe	108
2.3.4. Czynniki ekonomiczne	112
2.4. Modele zachowań konsumentów na rynku usług turystycznych, w tym morskiej żeglugi wycieczkowej	114
2.5. Konsumenci w obszarach recepcji turystycznej z uwzględnieniem podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi	131
Rozdział 3. Konsumpcja usług turystycznych podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej	139
3.1. Nadmorski obszar recepcji turystycznej jako subrynek turystyczny	139
3.2. Badania konsumpcji na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej na świecie	153
3.3. Metodyka badania poziomu i struktury konsumpcji podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej	163

3.4. Badania konsumpcji podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi w Polsce.....	169
3.5. Modele konsumpcji podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej.....	184
Rozdział 4. Uwarunkowania ekonomiczne konsumpcji podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej	199
4.1. Dochód jako czynnik różnicujący zachowania podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej	199
4.2. Ceny oferowanych produktów turystycznych a udział podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi w wycieczkach w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej	205
4.3. Czynniki determinujące poziom i strukturę konsumpcji podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej	210
4.3.1. Poziom i struktura konsumpcji w NORT typu I	212
4.3.2. Poziom i struktura konsumpcji w NORT typu II	213
4.3.3. Poziom i struktura konsumpcji w NORT typu III.....	217
4.4. Ocena jakości ofert turystycznych proponowanych podróżującym morskimi statkami wycieczkowymi w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej	232
Rozdział 5. Znaczenie konsumpcji turystycznej podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi dla gospodarki nadmorskich obszarów recepcji turystycznej oraz koncepcje jej rozwoju	243
5.1. Wskaźniki rozwoju konsumpcji podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej.....	243
5.2. Kierunki rozwoju konsumpcji podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi	249
5.3. Ekonomiczne oddziaływanie konsumpcji turystycznej podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi na podmioty podażowej strony rynku turystycznego	259
5.4. Ujęcie modelowe rozwoju konsumpcji podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi.....	275
Podsumowanie	288