

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
1. Ekonomia a ekonomika turystyki	9
2. Definicja turystyki i turysty dla potrzeb statystyki i ekonomiki turystyki	11
ROZDZIAŁ I	
Podstawowe kategorie ekonomiczne w ekonomice turystyki	23
1. Turystyka w hierarchii potrzeb ludzkich	23
1.1. Klasyfikacja potrzeb ludzkich	23
1.2. Potrzeby turystyczne	25
1.3. Potrzeby turystyczne w klasyfikacji potrzeb ludzkich	28
2. Dobra i usługi turystyczne	30
2.1. Pojęcia podstawowe	30
2.2. Specyficzne cechy dóbr turystycznych	37
2.3. Klasyfikacja walorów turystycznych i zagospodarowania turystycznego	41
2.4. Usługi turystyczne	48
3. Produkt turystyczny	50
3.1. Pojęcia podstawowe – kontrowersje terminologiczne	50
3.2. Cechy produktu turystycznego	54
3.3. Produkt turystyczny w biurze podróży	58
3.3.1. Podstawa koncepcji produktu turystycznego	58
3.3.2. Produkt turystyczny jednostkowy, częściowy i kompleksowy	61
4. Rynek turystyczny	63
4.1. Uwagi ogólne – pojęcia podstawowe	63
4.2. Kryteria segmentacji rynku turystycznego	65
4.3. Sytuacja rynkowa – „rynek sprzedawcy” i „rynek nabywcy”	69
5. Popyt turystyczny	72
5.1. Podstawowe pojęcia i rodzaje popytu turystycznego	72
5.2. Właściwości popytu turystycznego	78
5.3. Reakcja popytu na dochód i ceny	79
5.4. Czynniki wywierające wpływ na popyt turystyczny	84
5.5. Badanie popytu turystycznego	88

6. Podaż turystyczna	89
6.1. Uwagi ogólne	89
6.2. Klasyfikacja i właściwości podaży turystycznej	90
6.3. Czynniki wywierające wpływ na podaż turystyczną	96
7. Ceny	97
7.1. Funkcje i znaczenie cen	97
7.2. Ceny a renta turystyczna	101
7.3. Ustalanie cen	105
7.4. Ceny podstawowe i zróżnicowane	107
8. Koniunktura na rynku turystycznym	109

ROZDZIAŁ II

Turystyka a wielkość i struktura konsumpcji	117
1. Potrzeby turystyczne w hierarchii potrzeb gospodarstw domowych	117
2. Konsumpcja turystyczna w budżetach gospodarstw domowych	120
2.1. Wydatki na „sport, turystykę i wypoczynek”	120
2.2. Wyposażenie gospodarstw domowych w sprzęt turystyczny	123
3. Mierniki konsumpcji turystycznej	125
3.1. Aktywność turystyczna mieszkańców Europy	126
3.2. Wydatki turystyczne	136
4. Ocena stanu zaspokojenia potrzeb w zakresie turystyki i wypoczynku	144
5. Funkcja rynkowa konsumpcji turystycznej	146

ROZDZIAŁ III

Turystyka w gospodarce	151
1. Wprowadzenie	151
2. Podstawowa terminologia: „gospodarka turystyczna” czy „przemysł turystyczny”	152
3. Typowa, uzupełniająca i pośrednia gospodarka turystyczna	155
4. Udział turystyki w produkcie krajowym brutto	158
4.1. Turystyka w klasyfikacji gospodarki w latach pięćdziesiątych-osiemdziesiątych	159
4.2. Europejska Klasyfikacja Działalności w Polsce	161
4.3. Sektor „gospodarki turystycznej” OECD i rachunek satelitarny turystyki	163
4.3.1. Rachunek satelitarny turystyki w Polsce	170
4.4. Wpływ turystyki na tworzenie się dochodu w działach służących gospodarce turystycznej	176
4.5. Rachunek satelitarny turystyki w ujęciu WTTC	179
4.6. Standardowa Międzynarodowa Klasyfikacja Działalności Turystycznej (SICTA)	180

5. Turystyka i zatrudnienie	185
6. Udział turystyki krajowej w obrotach turystycznych	191
7. Rola i znaczenie turystyki zagranicznej w gospodarce	196
7.1. Koncentracja przestrzenna turystyki międzynarodowej	196
7.2. Próg odczuwalności wpływów z zagranicznej turystyki przyjazdowej w gospodarce	198
7.3. Niewidzialny eksport dóbr i usług w turystyce międzynarodowej	200
7.4. Turystyka w bilansach płatniczych i bilanse turystyki zagranicznej	209
7.5. Turystyka zagraniczna w bilansach płatniczych krajów członkowskich OECD	213
8. Globalne znaczenie turystyki w gospodarce	217
9. Polityka turystyczna	220
Bibliografia	227