

SPIS TREŚCI

Wstęp.....	5
Rozdział 1	
RYNEK TURYSTYCZNY I JEGO ELEMENTY	
1.1. Rynek turystyczny – kwestie teoretyczne i terminologiczne.....	7
1.2. Istota i własności podaży turystycznej.....	10
1.3. Pojęcie i cechy popytu turystycznego	12
Rozdział 2	
ZACHOWANIA TURYSTYCZNE GOSPODARSTW DOMOWYCH I KSZTAŁTUJĄCE JE DETERMINANTY	
2.1. Pojęcie i rodzaje zachowań turystycznych	14
2.2. Determinanty zachowań turystycznych konsumentów	16
2.2.1. Podstawowe założenia przyjętej klasyfikacji uwarunkowań determinujących zachowania konsumentów na rynku turystycznym	16
2.2.2. Uwarunkowania makroekonomiczne	16
2.2.3. Uwarunkowania subiektywne.....	20
2.2.4. Uwarunkowania obiektywne	33
2.3. Prawidłowości przejawiające się w zachowaniach konsumentów na rynku turystycznym	47
2.4. Podział turystów ze względu na ich zachowania konsumpcyjne	49
Rozdział 3	
PODEJMOWANIE DECYZJI O PODRÓŻACH TURYSTYCZNYCH JAKO PRZESŁANKA ZACHOWAŃ GOSPODARSTW DOMOWYCH	
3.1. Podstawowe założenia do wyodrębnienia etapów procesu podejmowania decyzji o podróży turystycznej	52
3.2. Podróż wyobrażona	54
3.2.1. Odczucie potrzeby turystycznej	54
3.2.2. Poszukiwanie informacji	57
3.2.3. Ocena możliwości wyboru.....	61
3.3. Podróż rzeczywista – podjęcie decyzji o jej realizacji	63
3.4. Podróż wspomniana – odczucia po podróży	65

Rozdział 4

TENDENCJE ZMIAN W ZACHOWANIACH TURYSTYCZNYCH KONSUMENTÓW	67
Zakończenie	76
Literatura.....	78