

Spis treści:

Wprowadzenie

1. Miejsce turystyki motocyklowej w nauce o turystyce

1.1. Pojęcia i rodzaje turystyki

1.2. Turystyka kwalifikowana

1.3. Turystyka motocyklowa jako forma turystyki kwalifikowanej

2. Charakterystyka rynku turystycznego w wybranych krajach europejskich z uwzględnieniem turystyki motocyklowej

2.1. Aktywność konsumentów na rynku usług turystycznych w Polsce

2.2. Charakterystyka bazy turystycznej w wybranych krajach europejskich pod względem atrakcyjności dla turysty motocyklowego

2.3. Miejsca docelowe podróży mieszkańców wybranych krajów europejskich w turystyce wypoczynkowej i motocyklowej

3. Polski konsument jako uczestnik rynku turystyki motocyklowej

3.1. Konsument i jego potrzeby

3.2. Charakterystyka konsumenta na rynku usług turystyki motocyklowej w Polsce. Opracowanie własne

3.3. Zachowania konsumenta na rynku usług turystyki motocyklowej w Polsce. Opracowanie własne

4. Rynek nowych motocykli jako determinanta zachowań konsumentów usług turystycznych dla motocyklistów

4.1. Rozwój przemysłu motocyklowego na świecie

4.2. Produkcja i tabor motocykli w Polsce i wybranych krajach Unii Europejskiej

4.3. Sprzedaż nowych motocykli w Polsce i wybranych krajach Unii Europejskiej

4.4. Motocykle turystyczne na rynku nowych motocykli w Polsce i w Niemczech – analiza porównawcza

4.5. Profil nabywców nowych motocykli w Polsce w świetle badań własnych

5. Perspektywy rozwoju turystyki motocyklowej w Polsce. Wyniki badań własnych

5.1. Rozwój rynku turystyki motocyklowej w opinii ekspertów

5.2. Prognoza rozwoju turystyki motocyklowej w Polsce – wnioski z badań

Zakończenie

Bibliografia

Spis rysunków i tabel