
Spis treści

O autorach	7
Wprowadzenie	11
1. Turystyka jako przedmiot badań ekonomicznych	15
<i>Magdalena Kachniewska, Elżbieta Nawrocka</i>	
1.1. Pojęcie turystyki w ujęciu ekonomicznym	15
1.2. Ekonomia turystyki – pojęcie i przedmiot badań	17
1.3. Rozwój turystyki w świetle koncepcji ekonomicznych	23
2. Uwarunkowania popytu turystycznego	31
<i>Agnieszka Niezgoda</i>	
2.1. Pojęcie popytu turystycznego	31
2.2. Czynniki kształtujące popyt turystyczny	33
2.3. Proces decyzyjny konsumentów na rynku turystycznym	43
2.4. Cechy i zmienne kształtujące popyt turystyczny	49
2.5. Trendy po stronie popytu turystycznego	54
3. Ekonomia podaży turystycznej	57
<i>Magdalena Kachniewska, Elżbieta Nawrocka</i>	
3.1. Pojęcie i przedmiot podaży turystycznej	57
3.2. Podmioty podaży turystycznej	69
3.3. Cel działalności przedsiębiorstwa turystycznego w świetle alternatywnych teorii firmy	78
3.4. Czynniki kształtujące wielkość produkcji i ceny usług turystycznych	81
3.5. Formy regulacji i integracja przedsiębiorstw turystycznych	95
3.6. Przeobrażenia podaży turystycznej pod wpływem nowoczesnych technologii	102
4. Równowaga i relacje konkurencyjne na rynku turystycznym	113
<i>Magdalena Kachniewska, Elżbieta Nawrocka</i>	
4.1. Pojęcia rynku, rynku turystycznego i mechanizmu rynkowego	113
4.2. Równowaga na rynku turystycznym i przyczyny jej zakłóceń	116

4.3. Zjawisko konkurencji i bariery wejścia na rynek	124
4.4. Istota konkurencyjności i źródła przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa.....	133
4.5. Konkurencyjność obszarów turystycznych i jej uwarunkowania	138
4.6. Innowacyjność jako czynnik konkurencyjności na rynku turystycznym ...	147
5. Miejsce turystyki w gospodarce narodowej	155
<i>Magdalena Kachniewska</i>	
5.1. Mechanizm mnożnika turystycznego	155
5.2. Wpływ turystyki na PKB	162
5.3. Rachunek satelitarny turystyki (RST)	167
5.4. Wymiana turystyczna z zagranicą jako eksport/import niewidzialny	175
6. Globalizacja i internacjonalizacja działalności turystycznej	182
<i>Magdalena Kachniewska, Elżbieta Nawrocka, Adam Pawlicz</i>	
6.1. Wielkość i czynniki rozwoju międzynarodowego ruchu turystycznego....	182
6.2. Przyczyny rozwoju międzynarodowej wymiany turystycznej w świetle teorii ekonomicznych	189
6.3. Globalizacja jako czynnik przeobrażeń rynku turystycznego.....	195
6.4. Motywy globalnej ekspansji przedsiębiorstw turystycznych.....	202
6.5. Ekonomiczna ocena międzynarodowej wymiany turystycznej	208
6.6. Gospodarki monokulturowe i zjawisko kolonizacji turystycznej.....	215
7. Turystyka a środowisko społeczne i naturalne	223
<i>Magdalena Kachniewska, Agnieszka Niezgoda, Adam Pawlicz</i>	
7.1. Współzależność turystyki i środowiska naturalnego	223
7.2. Turystyka jako determinanta jakości życia w wymiarze społeczno-kulturowym	230
7.3. Koncepcja zrównoważonego rozwoju turystyki	239
7.4. Uwarunkowania wdrażania koncepcji rozwoju zrównoważonego na rynku turystycznym	240
8. Miejsce państwa na rynku turystycznym	247
<i>Adam Pawlicz</i>	
8.1. Pojęcie i typologia efektów zewnętrznych rozwoju turystyki	248
8.2. Rozwiązania problemu efektów zewnętrznych	260
8.3. Dobra publiczne na rynku turystycznym	270
8.4. Dylematy dostarczania dóbr publicznych na rynku turystycznym.....	275
8.5. Koszty transakcyjne i asymetria informacji	279
8.6. Metody ograniczania asymetrii informacji i kosztów transakcyjnych na rynku turystycznym	282
Bibliografia	289
Indeks	307