

# Spis treści

Wstęp	5
<b>1. Teoria zachowań konsumenta w naukach ekonomicznych</b>	<b>9</b>
1.1. Zachowania konsumentów – w ujęciu teorii ekonomii	9
1.2. Racjonalność oraz nieracjonalność postępowań konsumentów	17
1.3. Wpływ potrzeb na zachowania konsumentów	23
1.4. Teorie wyboru konsumenta w ujęciu mikroekonomicznym	31
1.4.1. Teoria użyteczności krańcowej	31
1.4.2. Teoria preferencji i wyboru	34
1.4.3. Koncepcja renty konsumenta A. Marshalla	39
1.4.4. Hipoteza ujawnionych preferencji	40
1.4.5. Teoria konsumpcji T.B. Veblena	42
1.4.6. Teorie konsumpcji H. A. Simona oraz H. Leibensteina	43
<b>2. Modele podejmowania decyzji przez konsumentów</b>	<b>47</b>
2.1. Proste modele podejmowania decyzji	47
2.1.1. Modele „czarnej skrzynki”	47
2.1.2. Model prostego procesu decyzyjnego konsumenta	50
2.1.3. Model zmiennych osobowych	51
2.1.4. Model Rice’a PV/PPS.	52
2.2. Złożone modele zachowań konsumentów	54
2.2.1. Model J. A. Howarda i J. N. Shetha	54
2.2.2. Model J. F. Engela, R. D. Blackwella i P. W. Mirniarda	55
2.2.3. Model F. M. Nicosia	58
2.3. Behawioralne modele zachowań konsumentów	59
2.3.1. Model zachowania się konsumentów F. Hansena	59
2.3.2. Model planowanego zachowania konsumenta M. Fishbeina oraz I. Ajzena	60
2.3.3. Strukturalny model procesu decyzyjnego J. R. Bettmana.	61
2.3.4. Model zachowań konsumenta w ujęciu J. P. Petera oraz J. C. Olsona	62
2.3.5. Model Test-Operation-Test-Exit G. A. Millera, E. Galanter i K. H. Pribrama	64
2.3.6. Model organizacyjny zachowania konsumenta w ujęciu J. C. Mowena	66
<b>3. Rynek usług turystycznych</b>	<b>67</b>
3.1. Produkt, podaż i popyt na rynku turystycznym	67
3.2. Rola i problemy biur podróży na rynku turystycznym	78
3.3. Czynniki kształtujące zachowanie turystów	84
3.3.1. Czynniki egzogeniczne	84
3.3.1.1. Czynniki ekonomiczne.	84

3.3.1.2. Czynniki prawno-polityczne . . . . .	87
3.3.1.3. Czynniki społeczno-kulturowe . . . . .	93
3.3.2. Czynniki endogeniczne . . . . .	95
3.3.2.1. Czynniki społeczno-demograficzne . . . . .	95
3.3.2.2. Czynniki psychologiczne . . . . .	95
<b>4. Zachowania konsumenta na rynku turystycznym w ujęciu modelowym . . . . .</b>	<b>97</b>
4.1. Proces decyzyjny konsumenta w turystyce . . . . .	97
4.1.1. Wyjątkowość zakupów imprez turystycznych . . . . .	97
4.1.2. Proces decyzyjny konsumenta w ujęciu S. Wahaba, L. J. Crampona i L. M. Rothfielda . . . . .	98
4.1.3. Decydenci i proces podejmowania decyzji dotyczących podróży E. J. Mayo i L. Jarvisa . . . . .	99
4.2. Modele zachowań nabywczych w turystyce . . . . .	101
4.2.1. Model zachowań zakupowych w turystyce G. A. Schmolla . . . . .	101
4.2.2. Model turystycznych zachowań nabywczych A. Mathiesona i G. Walla . . . . .	103
4.2.3. Urlopowy model zachowań turystów L. Moutinho . . . . .	105
4.2.4. Model „zachęta–reakcja” zachowań nabywczych w turystyce V. T. C. Middletona . . . . .	107
4.3. Ocena modeli zachowań konsumentów na rynku turystycznym . . . . .	108
<b>5. Proces podejmowania decyzji zakupowej przez turystów w świetle przeprowadzonych badań . . . . .</b>	<b>113</b>
5.1. Opis próby badawczej i zastosowanych metod badawczych . . . . .	113
5.2. Determinanty potrzeb podróżowania – funkcja regresji logistycznej oraz analiza log-liniowa . . . . .	120
5.3. Nastawienie do zakupu imprez turystycznych a czynniki wpływające na proces nabywczy – analiza log-liniowa oraz funkcja regresji logistycznej . . . . .	138
5.4. Czynniki wpływające na wybór biura podróży – funkcja regresji logistycznej oraz analiza log-liniowa . . . . .	151
5.5. Rezygnacja z zakupu imprezy turystycznej w biurze podróży – funkcja regresji logistycznej oraz analiza log-liniowa. . . . .	171
<b>6. Propozycja autorskiego modelu zachowań konsumentów na rynku turystycznym . . . . .</b>	<b>183</b>
6.1. Propozycja graficznego modelu zachowań konsumentów na rynku turystycznym . . . . .	183
6.2. Determinanty wywołujące potrzebę podróżowania . . . . .	186
6.3. Pozytywne i negatywne nastawienie do zakupu imprez turystycznych a proces nabywczy. . . . .	189
6.4. Czynniki determinujące wybór punktu sprzedaży imprez turystycznych . . . . .	193
6.5. Rezygnacja z usług biura podróży . . . . .	195
<b>Podsumowanie i wnioski . . . . .</b>	<b>197</b>
<b>Bibliografia . . . . .</b>	<b>205</b>
<b>Spis rysunków . . . . .</b>	<b>223</b>
<b>Spis tabel . . . . .</b>	<b>225</b>
<b>Aneks . . . . .</b>	<b>229</b>