

## Spis treści

<b>Wstęp</b> .....	7
<b>1. Podstawowe zagadnienia dotyczące rynku turystyki żeglarskiej</b> .....	9
1.1. Istota rynku turystycznego .....	9
1.2. Rynek turystyki żeglarskiej .....	12
1.3. Charakterystyka elementów rynku turystyki żeglarskiej .....	15
1.3.1. Charakterystyka podaży na rynku turystyki żeglarskiej .....	16
1.3.2. Charakterystyka popytu na rynku turystyki żeglarskiej .....	20
1.3.3. Cena jako element rynku usług turystyki żeglarskiej .....	26
1.4. Specyfika i rodzaje turystyki żeglarskiej .....	30
1.5. Formalno-prawne uwarunkowania uprawiania żeglarstwa w Polsce ...	33
1.6. Oddziaływanie turystyki żeglarskiej na rozwój gospodarki regionalnej .....	37
1.7. Tendencje i kierunki rozwoju turystyki żeglarskiej w Polsce oraz innych krajach europejskich .....	43
<b>2. Teoretyczne problemy produktu turystyki żeglarskiej</b> .....	50
2.1. Istota i budowa produktu turystycznego.....	50
2.2. Produkt turystyki żeglarskiej w ujęciu strukturalnym .....	56
2.2.1. Walory turystyczne .....	59
2.2.2. Infrastruktura turystyczna .....	62
2.2.3. Usługi turystyczne .....	65
2.3. Budowa strategii rozwoju produktu turystycznego .....	67
<b>3. Potrzeby konsumentów na rynku turystyki żeglarskiej</b> .....	73
3.1. Potrzeby konsumentów jako podstawa kreacji kompleksowego produktu turystycznego .....	73
3.2. Wyniki badań oczekiwań osób żeglujących w odniesieniu do portów jachtowych .....	76
3.3. Preferencje konsumentów dotyczące uprawiania turystyki żeglarskiej .....	84
<b>4. Produkt turystyki żeglarskiej w województwie zachodniopomorskim – studium przypadku</b> .....	86
4.1. Wprowadzenie do studium produktu turystyki żeglarskiej .....	86

4.2. Walory turystyczne w aspekcie ich atrakcyjności dla żeglarzy .....	87
4.3. Charakterystyka akwenów .....	92
4.3.1. Akweny morskie .....	94
4.3.2. Akweny śródlądowe .....	103
4.4. Wyniki badań dotyczących funkcjonowania portów jachtowych .....	106
4.5. Analiza oferty portów jachtowych .....	113
4.6. Produkt turystyki żeglarskiej w opinii osób żeglujących .....	115
4.7. Analiza działań jednostek samorządu terytorialnego dotyczących turystyki żeglarskiej .....	119
4.8. Analiza PEST produktu turystyki żeglarskiej .....	124
4.9. Analiza SWOT produktu turystyki żeglarskiej .....	128
4.10. Możliwe korzyści dla gospodarki województwa wynikające z rozwoju rynku turystyki żeglarskiej .....	133
<b>5. Założenia koncepcji rozwoju rynku turystyki żeglarskiej w województwie zachodniopomorskim .....</b>	<b>140</b>
Zakończenie .....	151
Bibliografia .....	152