

Spis treści

Wprowadzenie	7
1. Miejsce turystyki motocyklowej w nauce o turystyce	11
1.1. Pojęcia i rodzaje turystyki	11
1.2. Turystyka kwalifikowana	18
1.3. Turystyka motocyklowa jako forma turystyki kwalifikowanej	21
2. Charakterystyka rynku turystycznego w wybranych krajach europejskich z uwzględnieniem turystyki motocyklowej	24
2.1. Aktywność konsumentów na rynku usług turystycznych w Polsce	24
2.2. Charakterystyka bazy turystycznej w wybranych krajach europejskich pod względem atrakcyjności dla turysty motocyklowego	31
2.3. Miejsca docelowe podróży mieszkańców wybranych krajów europejskich w turystyce wypoczynkowej i motocyklowej	43
3. Polski konsument jako uczestnik rynku turystyki motocyklowej	68
3.1. Konsument i jego potrzeby	68
3.2. Charakterystyka konsumenta na rynku usług turystyki motocyklowej w Polsce. Opracowanie własne	79
3.3. Zachowania konsumenta na rynku usług turystyki motocyklowej w Polsce. Opracowanie własne	88

4. Rynek nowych motocykli jako determinanta zachowań konsumentów usług turystycznych dla motocyklistów	97
4.1. Rozwój przemysłu motocyklowego na świecie	97
4.2. Produkcja i tabor motocykli w Polsce i wybranych krajach Unii Europejskiej	107
4.3. Sprzedaż nowych motocykli w Polsce i wybranych krajach Unii Europejskiej	122
4.4. Motocykle turystyczne na rynku nowych motocykli w Polsce i w Niemczech – analiza porównawcza	142
4.5. Profil nabywców nowych motocykli w Polsce w świetle badań własnych	147
5. Perspektywy rozwoju turystyki motocyklowej w Polsce. Wyniki badań własnych	166
5.1. Rozwój rynku turystyki motocyklowej w opinii ekspertów	166
5.2. Prognoza rozwoju turystyki motocyklowej w Polsce – wnioski z badań	192
Zakończenie	195
Bibliografia	200
Spis rysunków i tabel	211

Turystyka motocyklowa w Polsce jest stosunkowo młodym, lecz dynamicznie rozwijającym się zjawiskiem społeczno-gospodarczym. Jeszcze dekadę temu turyści motocyklowi stanowili niszę rynkową, która nie ulegała wpływom otoczenia makroekonomicznego. Popyt na usługi i produkty potrzebne do uprawiania turystyki motocyklowej był sztywny. Z biegiem czasu, turystyka motocyklowa zyskuje coraz więcej zwolenników. Liczba uczestników tego sposobu spędzania czasu wolnego wyraźnie rośnie, a branża turystyki motocyklowej w Polsce zyskuje na znaczeniu. Staje się tak głównie ze względu na zauważalne zmiany dotyczące rosnącej liczby uprawiających ją turystów oraz wzrost liczby motocykli na polskich drogach. W latach 2005–2008 zanotowano wzrost liczby jednośladów zarejestrowanych w Polsce o 155 tys. sztuk. Jeszcze szybciej rosną dane dotyczące sprzedaży motocykli i motorowerów – z 3300 sztuk w 1998 r. do 27 000 sztuk w 2008 r. Ten szybko rosnący rynek nie doczekał się do tej pory opracowań naukowych, określających jego ramy, zasięg, znaczenie oraz perspektywy rozwoju. Nie był także przedmiotem badań nad zachowaniami konsumentów uprawiających turystykę motocyklową. Głównie z tego powodu autor podjął się niniejszego tematu, mając zamiar szczegółowego rozpoznania zjawiska, jakim jest turystyka motocyklowa w Polsce.

Autor żywi nadzieję, że niniejsza pozycja spotka się z uznaniem wielu środowisk związanych z turystyką oraz rynkiem motocykli. Szybki rozwój turystyki motocyklowej w Polsce, wzbudza coraz większe zainteresowanie kręgów naukowych. Dlatego niniejszą pozycję kieruje się do wykładowców i studentów kierunków związanych z turystyką i hotelarstwem w Polsce. Poruszona problematyka powinna także wzbudzić zainteresowanie osób zawodowo związanych z branżą turystyczną, jako źródło wiedzy o nowym, nierozpoznanym dotychczas zjawisku w Polsce, jakim jest turystyka motocyklowa. Autor liczy także na zainteresowanie poruszoną tematyką wśród uczestników szeroko pojętej branży motocyklowej w Polsce. Przedstawione zagadnienia, wzbogacone empirią, mogą być także przydatne praktykom gospodarczym funkcjonującym w branży turystycznej i motocyklowej.