

SPIS TREŚCI

Wstęp	5
Rozdział 1.	
Podstawowe zagadnienia controllingu w przedsiębiorstwie	9
1.1. Geneza controllingu	9
1.2. Interpretacja controllingu	12
1.3. Podstawowe kryteria klasyfikacyjne controllingu.....	17
1.4. Instrumenty controllingu	23
1.5. Zadania controllera w przedsiębiorstwie.....	29
1.6. Controlling a rachunkowość.....	32
Rozdział 2.	
Przedsiębiorstwo turystyczne jako podstawowy podmiot rynku usług turystycznych.....	39
2.1. Rynek usług turystycznych	39
2.2. Przedsiębiorstwo turystyczne – przesłanki tworzenia; istota, cele i funkcje	41
2.3. Klasyfikacja przedsiębiorstw turystycznych	44
2.4. Rozwój hotelarstwa w Polsce	49
2.5. Definicje podstawowych kategorii stosowanych w hotelarstwie.....	51
Rozdział 3.	
Istota i znaczenie controllingu w przedsiębiorstwie hotelarskim	54
3.1. Specyfika zarządzania hotelem	54
3.2. Interpretacja i źródła informacji controllingu w przedsiębiorstwie hotelarskim.....	66
3.3. Miejsce controllingu i controllera w strukturze organizacyjnej hotelu.....	68
3.4. Standardy rozliczeniowe w przedsiębiorstwie hotelarskim	76
Rozdział 4.	
Prezentacja wybranych instrumentów controllingu w hotelu.....	80
4.1. Analiza możliwości	80
4.2. Analiza portfelowa	81
4.3. Analiza wskaźnikowa.....	84

4.4. Strategiczna Karta Wyników.....	89
Rozdział 5.	
Jak jest w praktyce? Doświadczenia małopolskich hotelarzy	95
5.1. Ogólna charakterystyka sektora hotelarskiego w województwie małopolskim.....	95
5.2. Badane hotele	111
5.3. Istota i miejsce controllingu w strukturze organizacyjnej przedsiębiorstwa hotelarskiego..	116
5.4. Zakres stosowania instrumentów controllingu w przedsiębiorstwach hotelarskich.....	120
5.5. Charakterystyka czynników kształtujących wynik finansowy hotelu	126
Zakończenie	138
Bibliografia	140
Spis rysunków	149
Spis tabel	151