

SPIS TREŚCI

CZĘŚĆ I

EKONOMIKA PRZEDSIĘBIORSTW TURYSTYCZNYCH (ujęcie statyczne)

ROZDZIAŁ 1

PRZEDSIĘBIORSTWO TURYSTYCZNE NA RYNKU

13

Związki turystyki z ekonomią	13
Rynek turystyczny	16
Przedsiębiorstwo turystyczne i przedmiot jego ekonomiki	21
Miejsce przedsiębiorstw w systemie podaży turystycznej	25

ROZDZIAŁ 2

ZRÓŻNICOWANIE PRZEDSIĘBIORSTW TURYSTYCZNYCH

28

Produkt turystyczny i motywacje podróży jako podstawa zróżnicowań przed- siębiorstw	28
Produkt turystyczny	28
Motywacje podróży	32
Zasady działania przedsiębiorstw turystycznych	38
Touropreatorzy i wytwórcy usług turystycznych	41
Touropreatorzy	41
Wytwórcy usług turystycznych	47
Charakterystyka podmiotów świadczących usługi noclegowe	52
Kształtowanie produktu	52
Czynniki produkcji	54

Struktura majątku	55
Wielkość przedsiębiorstwa	58
Forma własności	60

ROZDZIAŁ 3

OTOCZENIE PRZEDSIĘBIORSTWA TURYSTYCZNEGO

Otoczenie makroekonomiczne	66
Otoczenie instytucjonalno-prawne	66
Otoczenie ekonomiczne	73
Otoczenie społeczno-demograficzne	75
Otoczenie środowiskowe	77
Otoczenie technologiczne	81
Otoczenie zagraniczne	83
Otoczenie mikroekonomiczne	83

ROZDZIAŁ 4

ODDZIAŁYWANIE NA PRZEDSIĘBIORSTWO TURYSTYCZNE W GOSPODARCE RYNKOWEJ

Tworzenie uwarunkowań rozwoju turystyki przez państwo	91
Stymulowanie procesów rozwojowych w turystyce	95
Instrumenty ekonomiczne oddziałujące na przedsiębiorstwa turystyczne ...	98
Podatek VAT	98
Podatek od zysku	99
Podatek od płac (narzuty)	99
Podatki lokalne (gruntowy, od nieruchomości)	101
Amortyzacja i stawka amortyzacyjna	101
Kursy walut	103
Ulgi i preferencyjne warunki sprzedaży	104
Stawki celne	104
Ceny paliw i energii	104
Przepisy sanitarne i ich wpływ na koszty przedsiębiorstw	104
Pozostałe ograniczenia ekonomiczne, wpływające na postępowanie i sytuację ekonomiczną przedsiębiorstw turystycznych	105
Możliwości modyfikacji systemu pośredniego oddziaływania na przedsiębiorstwo turystyczne	108
Podatek od zysku	108
Zmiany w systemie kredytowania turystyki	111

Wzrost roli amortyzacji	112
Zmiany zasad finansowania działalności promocyjnej	112
Zmiany w polityce zatrudnienia i płac	113

ROZDZIAŁ 5

ORGANIZACJA I FINANSE

PRZEDSIĘBIORSTW TURYSTYCZNYCH 115

Organizacja przedsiębiorstw i jej wpływ na efekty ekonomiczne	115
Środki rzeczowe i finansowe do prowadzenia działalności (bilans i rachunek wyników)	123
Bilans	124
Rachunek wyników	129
Rachunkowość zarządcza i jej wpływ na kontrolę realizacji bieżących działań przedsiębiorstwa	135
Kryteria oceny przedsiębiorstwa i mierniki jego efektywności finansowej ...	144
Wskaźniki zyskowności	144
Wskaźniki płynności finansowej	147
Wskaźniki zdolności do obsługi zadłużenia	149

CZĘŚĆ II

ZARZĄDZANIE OPERACYJNE I STRATEGICZNE PRZEDSIĘBIORSTWEM TURYSTYCZNYM (ujęcie dynamiczne)

ROZDZIAŁ 6

KSZTAŁTOWANIE JAKOŚCI W PRZEDSIĘBIORSTWIE TURYSTYCZNYM 157

Przesłanki kształtowania jakości w przedsiębiorstwie turystycznym	158
Pojęcie jakości usług turystycznych	158
Lojalność jako cel kształtowania jakości w przedsiębiorstwach turystycz- nych	161
Proces kształtowania jakości usług przedsiębiorstw turystycznych	166
Etap 1. Gromadzenie informacji	167
Etap 2. Projektowanie usługi	172
Etap 3. Świadczenie usługi	177
Etap 4. Informowanie o jakości	181

ROZDZIAŁ 7	
CYKL OBSŁUGI KLIENTA W HOTELACH	186
Podstawowe działy w cyklu obsługi klienta	187
Standaryzacja pracy w hotelu	189
Samoocena	191
Procedury kontroli i nadzoru	194
ROZDZIAŁ 8	
PLANOWANIE ZYSKU	
W PRZEDSIĘBIORSTWIE TURYSTYCZNYM	206
Analiza koszty–wielkość sprzedaży–zysk	206
Próg rentowności	211
Wrażliwość zysku	220
ROZDZIAŁ 9	
ZARZĄDZANIE STRATEGICZNE	
PRZEDSIĘBIORSTWEM TURYSTYCZNYM	227
Istota zarządzania strategicznego	227
Etapy procesu zarządzania strategicznego	229
Etap 1. Analiza strategiczna	230
Etap 2. Formułowanie strategii	231
Etap 3. Wdrażanie strategii	236
Etap 4. Kontrola strategiczna	237
Marketing globalny w procesie zarządzania strategicznego	238
Kształtowanie polityki produktu globalnego	246
Standaryzacja/różnicowanie produktu turystycznego	246
Wybór asortymentu	249
Wybór ogólnej strategii produktu globalnego	250
Polityka cen, dystrybucji i promocji na rynkach zagranicznych	250
ROZDZIAŁ 10	
POLITYKA INWESTYCYJNA	
PRZEDSIĘBIORSTWA TURYSTYCZNEGO	255
Przesłanki podejmowania decyzji inwestycyjnych	255
Możliwości zdobywania kapitału na inwestycje	258
Biznesplan	261
Część 1 biznesplanu — dane ogólne	263

Część 2 biznesplanu — celowość i opłacalność realizowanego przedsięwzięcia	267
Część 3 biznesplanu — „właściwy” biznesplan	267
Cykl projektu inwestycyjnego	273
Rachunek opłacalności przedsięwzięć inwestycyjnych	275
Ryzyko w działalności inwestycyjnej	282
Istota ryzyka	282
Zarządzanie ryzykiem	284
LITERATURA	294