

WPROWADZENIE (Lucjan Czechowski)	9
Rozdział 1	
TEORIA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI (Sylwia Kuczamer-Kłopotowska)	13
1.1. Prawo gospodarcze i działalność gospodarcza	13
1.1.1. Pojęcie przedsiębiorczości	13
1.1.2. Prawo gospodarcze jako prawna podstawa prowadzenia działalności gospodarczej	17
1.1.3. Podstawowe swobody przedsiębiorczości w traktacie ustanawiającym Wspólnotę Europejską	18
1.2. Przedsiębiorca	25
1.2.1. Pojęcie przedsiębiorcy	25
1.2.2. Rodzaje przedsiębiorców	26
1.2.3. Pojęcie przedsiębiorstwa	28
1.3. Podstawowe zasady podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej ..	29
Pytania kontrolne	31
Bibliografia	32
Rozdział 2	
STRATEGICZNE ZARZĄDZANIE PRZEDSIĘBIORSTWEM TURYSTYCZNYM (Mariusz Darabasz)	33
2.1. Cykl życia przedsiębiorstwa	33
2.1.1. Przegląd koncepcji cyklu życia przedsiębiorstwa	33
2.1.2. Charakterystyka etapów cyklu życia przedsiębiorstwa	38
2.1.2.1. Powstanie i dynamiczny rozwój przedsiębiorstwa	38
2.1.2.2. Dojrzałość i stabilizacja przedsiębiorstwa	40
2.1.2.3. Starzenie się, odnowa lub upadek przedsiębiorstwa	41
2.2. Pojęcie oraz główne elementy strategii rozwoju przedsiębiorstwa	43
2.3. Typologia strategii rozwoju przedsiębiorstw	47
2.3.1. Podział strategii według kryterium strukturalnego	47
2.3.1.1. Strategie podstawowe	47
2.3.1.2. Strategie dziedzin gospodarowania	51
2.3.1.3. Strategie funkcjonalne	54
2.3.2. Strategie kooperacji	55

2.4. Analiza SWOT, TOWS/SWOT oraz wybrane modele analizy portfelowej formułowania strategii przedsiębiorstwa	59
2.4.1. Analiza SWOT formułowania strategii	59
2.4.2. Analiza TOWS/SWOT	61
2.4.3. Model Boston Consulting Group	63
2.4.4. Model Mc Kinseya	65
2.4.5. Macierz A.D. Litte (CADL)	69
2.4.6. Macierz C.W Hofera	71
2.4.7. Metoda SPACE	73
2.5. Strategiczna karta wyników jako system zarządzania strategicznego	78
2.5.1. Podstawowe założenia koncepcji strategicznej karty wyników	78
2.5.2. Perspektywy strategicznej karty wyników i ich wzajemne powiązania ...	80
2.5.3. Zarządzanie wdrażaniem strategicznej karty wyników	88
Pytania kontrolne	91
Bibliografia	91

Rozdział 3

ŹRÓDŁA FINANSOWANIA MSP SEKTORA TURYSTYCZNEGO

(Maria Lechicka-Kostuch, Beata Wierzbicka)	94
3.1. Finansowanie wzrostu innowacyjnego przedsiębiorstw turystycznych w kontekście Strategii Lizbońskiej	94
3.2. Finansowanie działalności przedsiębiorstw turystycznych z kapitałów własnych	101
3.3. Finansowanie działalności przedsiębiorstw turystycznych z kapitałów obcych .	106
3.4. Fundusze strukturalne jako źródło finansowego wsparcia rozwoju przedsiębiorstw turystycznych	111
3.4.1. Rozwiązania w sferze pomocy publicznej	111
3.4.2. Wsparcie przedsiębiorstw turystycznych z funduszy pomocowych Unii Europejskiej	118
Pytania kontrolne	123
Bibliografia	123

Rozdział 4

KONKURENCJA PRZEDSIĘBIORSTW TURYSTYCZNYCH

(Barbara J. Dąbrowska)	126
4.1. Rywalizacja przedsiębiorstw turystycznych w podsektorze usług noclegowych	126
4.1.1. Studium przypadku – Strategia korporacyjna i zmiany w sektorze hotelarstwa: Ewolucja działań konkurencyjnych grupy Intercontinental Hotels Group	132
4.2. Walka konkurencyjna przedsiębiorstw w podsektorze organizacji impres turystycznych	133

4.2.1. Studium przypadku – Uzależnienie hoteli w greckich uzdrowiskach od działalności touroperatorów	139
4.2.2. Studium przypadku – Strategie konkurencji touroperatorów: Thomson Holidays i First Choice	144
Pytania kontrolne	145
Bibliografia	146
Rozdział 5	
TEORETYCZNE PODSTAWY KONSTRUKCJI BIZNESPLANU	
(Mariola Łuczak)	147
5.1. Pojęcie biznesplanu	147
5.2. Struktura biznesplanu	149
5.3. Spis treści biznesplanu – wnioski uogólniające i inne zastosowania	156
Pytania kontrolne	159
Bibliografia	159
Rozdział 6	
BIZNESPLAN GOSPODARSTWA AGROTURYSTYCZNEGO	
„NAD JEZIOREM” (Tomasz Kozłowski)	160
Wprowadzenie	160
6.1. Opis przedsięwzięcia	160
6.2. Misja gospodarstwa	160
6.3. Cele strategiczne gospodarstwa	161
6.4. Plan techniczny	161
6.5. Plan organizacyjny	163
6.6. Plan marketingowy	167
6.7. Plan finansowy	172
Podsumowanie	175
Bibliografia	175
BIBLIOGRAFIA	177
SPIS TABEL, RYSUNKÓW I WYKRESÓW	184