

Spis treści

Wstęp 9

Część I. PRZEDSIĘBIORSTWO TURYSTYCZNE W DĄŻENIU DO SUKCESU I ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU 15

1. Biznes turystyczny 16

1.1. Procesy rozwoju turystyki 16

1.1.1. Od podróży do biznesu turystycznego 16

1.1.1.1. Faza wczesnohistoryczna 17

1.1.1.2. Faza początkowa turystyki nowożytnej 19

1.1.1.3. Faza wzrostu 20

1.1.1.4. Faza turystyki masowej 21

1.1.2. Współczesny biznes turystyczny 22

1.1.2.1. Turystyczny plan Marshalla dla Europy po II wojnie światowej 22

1.1.2.2. Od wolnego rynku turystycznego do struktur oligopolistycznych 23

1.2. Krytyka biznesu turystycznego a rachunek korzyści i strat w otoczeniu 27

1.3. Turystyka jako przedmiot badań 31

2. Przedsiębiorstwo turystyczne w warunkach gospodarki rynkowej 38

2.1. Przedsiębiorstwo turystyczne i podstawy prawne jego funkcjonowania 38

2.1.1. Charakterystyka prawa turystycznego 38

2.1.1.1. Źródła prawa turystycznego 38

2.1.1.2. Umowa w turystyce i stosunek zobowiązaniowy 41

2.1.2. Przedsiębiorstwo turystyczne 45

2.2. Otoczenie przedsiębiorstwa turystycznego 48

2.2.1. Najnowsze tendencje zmian na rynku turystycznym 48

2.2.2. Nowy model pracy, zatrudnienia i czasu wolnego 53

2.3. Polityka państwa wobec przedsiębiorstw sektora turystycznego 58

2.3.1. Instrumenty polityki fiskalnej 58

2.3.2. Instrumenty polityki ekologicznej państwa 60

2.3.3. Promocja Polski na zagranicznych rynkach turystycznych 63

3. Finanse przedsiębiorstwa turystycznego 65

3.1. Gospodarka finansowa przedsiębiorstw turystycznych 65

3.2. Analiza finansowa przedsiębiorstwa turystycznego 72

3.2.1.	Znaczenie rachunkowości, sprawozdawczości i analizy w procesach decyzyjnych	72
3.2.2.	Analiza wskaźnikowa narzędziem oceny przedsiębiorstwa turystycznego	77
3.2.2.1.	Wskaźniki finansowe	77
3.2.2.2.	Wskaźniki środowiskowe w ocenie ekonomiczno-finansowej i ekologicznej	81
3.3.	Interpretacja wyników jako podstawa „systemu wczesnego ostrzegania”	83
4.	Zarządzanie ryzykiem i znaczenie ubezpieczeń w turystyce	85
4.1.	Zarządzanie ryzykiem	85
4.2.	Przedsięwzięcia zabezpieczające	86
4.2.1.	Oszczędności w celu samoubezpieczenia	87
4.2.2.	Ubezpieczenia	87
4.3.	Zakres odpowiedzialności firmy turystycznej wobec klienta	90
4.4.	Ubezpieczenia indywidualne na przykładzie ryzyka w podróży	91
5.	Strategie rozwoju przedsiębiorstw turystycznych oparte na inwestycjach	93
5.1.	Pozyskiwanie kapitału na rozwój przedsiębiorstwa turystycznego	93
5.2.	Inwestycje przedsiębiorstw turystycznych	95
5.2.1.	Efektywność lokat kapitałowych	95
5.2.2.	Inwestycje rzeczowe przedsiębiorstw turystycznych	95
5.2.2.1.	Źródła finansowania inwestycji rzeczowych	97
5.2.2.2.	Możliwości w zakresie finansowania inwestycji proekologicznych	99
5.2.3.	Ekologiczne ograniczenia działalności inwestycyjnej w turystyce	101
5.2.3.1.	Procedury ocen oddziaływania na środowisko	101
5.2.3.2.	Inne instrumenty ochronne w działalności inwestycyjnej	103
5.2.4.	Rachunek efektywności inwestycji	106
5.3.	Bezpośrednie inwestycje zagraniczne	108
6.	Wykorzystanie najnowszych technologii cyfrowych w turystyce	110
6.1.	Przegląd zastosowań	110
6.1.1.	Technika komputerowa w rachunkowości przedsiębiorstwa turystycznego	110
6.1.2.	Chip-technologie i elektroniczne wsparcie kart płatniczych	111
6.1.3.	Praca świadczona telematycznie	112
6.1.4.	Elektroniczne systemy rezerwacji i sprzedaży usług turystycznych	114
6.2.	Globalne systemy komputerowe w służbie turystyki	115
6.2.1.	Fazy rozwoju	115
6.2.2.	Funkcje	120
6.3.	Analiza rynku światowego w zakresie najnowszych technologii stosowanych w turystyce	122
6.4.	Przyszłość technologii cyfrowych	124
6.4.1.	Zalety i wady	124
6.4.2.	Najnowsze osiągnięcia	129
7.	Polityka Unii Europejskiej wobec sektora turystycznego	131
7.1.	Europejska polityka turystyczna	131
7.1.1.	Polityka regionalna a polityka turystyczna	131
7.1.2.	Rozwój europejskiej polityki turystycznej	133
7.1.2.1.	Instrumenty polityki regionalnej wspierające turystykę	134
7.1.2.2.	Programy specjalne dla sektora turystycznego	137
7.2.	Polityka zrównoważonego rozwoju regionów turystycznych UE	139
7.3.	Wnioski dla turystyki polskiej	142

Część II. POLSKI BIZNES TURYSTYCZNY W DRODZE DO NOWOCZESNOŚCI 145

8. Zarządzanie środowiskiem w przedsiębiorstwie turystycznym	146
8.1. Turystyka szansą na proekologiczną restrukturyzację gospodarki	146
8.2. Zastosowanie proekologicznych procedur w turystyce	149
8.2.1. Program Czystszej Produkcji	150
8.2.2. Zarządzanie przez jakość	153
8.2.3. Zintegrowany system zarządzania przedsiębiorstwem	155
8.3. Przedsiębiorstwo turystyczne jako podmiot proekologicznych przeobrażeń	158
9. Empiryczna weryfikacja rynkowej i środowiskowej orientacji przedsiębiorstw turystycznych w Polsce	162
9.1. Wyniki badań nad kondycją i potencjałem rozwojowym polskiego biznesu turystycznego	162
9.1.1. Analiza sytuacyjna	162
9.1.1.1. Charakterystyka badanych przedsiębiorstw turystycznych	163
9.1.1.2. Perspektywiczny cel działania	164
9.1.1.3. Rynek turystyczny	166
9.1.1.4. Konkurenci	172
9.1.1.5. Klienci	174
9.1.1.6. Partnerzy i kooperanci	178
9.1.2. Stosunek do środowiska przyrodniczego	179
9.1.2.1. Stopień ekologizacji oferty	179
9.1.2.2. Inwestycje i pozainwestycyjne działania proekologiczne	179
9.1.2.3. Reakcja na instrumenty polityki ekologicznej państwa	181
9.1.2.4. Ocena wpływu na środowisko przyrodnicze	183
9.2. Ocena polskiego biznesu turystycznego na tle innych branż i sektorów	183
10. Formułowanie ekostrategii przez przedsiębiorstwo turystyczne	187
10.1. Charakterystyka procesu tworzenia ekostrategii	187
10.2. Diagnoza strategiczna dla sektora	187
10.3. Poglądowy przykład ekostrategii dla biura turystycznego	189
10.3.1. Diagnoza strategiczna dla firmy	189
10.3.1.1. Analiza SWOT	189
10.3.1.2. Analiza cyklu życia produktu	195
10.3.1.3. Analiza <i>portfolio</i> (portfelowa)	196
10.3.2. Koncepcja ekostrategii	197
10.3.2.1. Misja firmy (<i>business mission</i>)	197
10.3.2.2. Cele i zasady	199
10.3.3. Cele marketingowe (plan operacyjny)	199
10.3.3.1. Wzrost konkurencyjności	200
10.3.3.2. Utrzymanie rentowności	201
10.3.3.3. Proekologiczna orientacja	202
10.3.4. Realizacja i kontrola	203
10.4. Możliwości wykorzystania wyników badań i modelu poglądowego do formułowania ekostrategii dla własnej firmy	204

Zakończenie 206

Bibliografia 213

Akty normatywne 220

Ważniejsze skróty nazw używanych w książce 222

Aneks 225