

Spis treści

Wstęp 7

1. Zarządzanie organizacją w kryzysie 11

1.1. Podejścia do zarządzania w kryzysie 11

1.2. Instrumenty zarządzania w sytuacji kryzysowej organizacji 23

1.3. Zarządzanie kryzysowe w polskich przedsiębiorstwach 31

2. Koncepcja organizacyjnego uczenia się 39

2.1. Pojęcie organizacyjnego uczenia się 39

2.2. Organizacyjne uczenie się jako dzielenie się założeniami 46

2.3. Procesy uczenia się i zarządzania wiedzą w polskich przedsiębiorstwach turystycznych 51

3. Paradoksy sytuacji kryzysowej i organizacyjnego uczenia się. Założenia badawcze 63

3.1. Istniejący stan wiedzy w zakresie tematu badań 63

3.2. Metodyka badań 69

4. Polski rynek turystyczny a globalny kryzys gospodarczy 75

4.1. Kryzys gospodarczy a branża turystyczna 75

4.2. Polski rynek turystyczny w okresie dekonunktury 77

5. Analiza przypadków: uczenie się dla kryzysu czy kryzys dla uczenia się? 83

5.1. Przypadek Rainbow Tours 83

5.2. Przypadek PLL LOT 86

5.3. Przypadek uprowadzenia statku morskiego 88

5.4. Podsumowanie 94

6. Modele zarządzania w pensjonacie Villa Neve 97

6.1. Wprowadzenie 97

6.2. Postępowanie badawcze 98

6.3. Wyniki badań 99

6.4. Podsumowanie i rekomendacje 103

1. Zarządzanie organizacją w kryzysie

7. Zarządzanie kryzysowe w polskich przedsiębiorstwach turystycznych. Charakterystyka badań ilościowych 107

7.1. Podstawy metodyczne badań 107

7.2. Wyniki badań 113

7.3. Podsumowanie 126

8. Instrumenty zarządzania w sytuacji kryzysowej przedsiębiorstwa turystycznego: propozycje metodologiczne 129

8.1. Budowa zdolności do zarządzania kryzysowego 129

8.2. Projektowanie modelu biznesu przedsiębiorstwa uczącego się w kryzysie 134

Zakończenie 139

Spis rysunków 143

Spis tablic 145

Literatura 147

Załączniki 159

Summary 177