



Hotel w XXI w. Zarządzanie w warunkach globalizacji

Elżbieta Nawrocka Sylwia Oparka

Spis treści

Wstęp	5
Część I. Otoczenie hotelu jako podmiotu gospodarczego	7
Rozdział 1. Zmiany w otoczeniu hotelarstwa i w sektorze hotelarskim	7
1.1. Przemiany w makro- i mezootoczeniu hoteli	7
1.2. Transformacja sektora hotelarskiego w Polsce.	13
1.3. Rozwój hoteli w makro i w mezo skali	18
1.4. Wpływ zmian w otoczeniu na funkcjonowanie współczesnego hotelu	22
Rozdział 2. Hotel jako przedsiębiorstwo	27
2.1. Przedsiębiorstwo, przedsiębiorca i przedsiębiorczość	27
2.2. Klasyfikacja przedsiębiorstw	34
2.3. Klasyfikacja hoteli	37
Część II. Funkcje zarządzania hotelem	47
Rozdział 3. Planowanie we współczesnym hotelu	47
3.1. Pojęcie planowania działalności hotelu	48
3.2. Podstawowe narzędzia planowania strategicznego w hotelu	51
Rozdział 4. Organizowanie działalności hotelarskiej	60
4.1. Istota i funkcje struktury organizacyjnej	60
4.2. Rodzaje struktury organizacyjnej hotelu	69
4.3. Pojęcie i terminy kultury organizacyjnej hotelu	73
4.4. Organizacja pracy w hotelu	77
4.5. Nowoczesne podejście do organizacji pracy w hotelu	80
Rozdział 5. Motywowanie pracowników w działalności hotelarskiej	86
5.1. Idea motywowania	86
5.2. Marketing wewnętrzny jako nowoczesna metoda motywowania pracowników	89

Rozdział 6. Kontrola działalności hotelarskiej	94
6.1. Istota kontroli działalności hotelarskiej	94
6.2. Analiza wskaźnikowa jako narzędzie oceny funkcjonowania hotelu	95
6.3. Analiza materialno-techniczna na potrzeby kontroli działalności hotelu	99
6.4. Analiza wyników hotelu za pomocą Yield Management	101
Część III. Klient jako warunek konieczny sukcesu hotelu w XXI wieku	110
Rozdział 7. Usługi hotelarskie – istota, rodzaje oraz ich użyteczność	110
7.1. Klasyfikacja klienta hotelu	111
7.2. Użyteczność usług hotelu	119
7.3. Usługi hotelarskie – cechy szczególne i rodzaje	121
7.4. Zagadnienia prawne stosowane w hotelarstwie na wybranych przykładach	130
Rozdział 8. Kształtowanie standardów w hotelarstwie	138
8.1. Standardy i standaryzacja usług hotelarskich	138
8.1.1. Funkcje i efekty standaryzacji	139
8.1.2. Rodzaje standardów stosowanych w hotelarstwie	142
8.2. Historia kategoryzacji i standaryzacji w Polsce	147
8.3. Praktyka stosowania standardów na przykładzie hoteli sieciowych	151
8.4. Systemy kategoryzacji hoteli w Europie na wybranych przykładach	165
Rozdział 9. Obsługa klienta hotelu	176
9.1. Istota obsługi klienta i jej rodzaje	176
9.2. Gościnność w hotelu.	188
9.3. Filary obsługi klienta w hotelu	195
9.3.1. Elementy logistyczno – marketingowe obsługi klienta	196
9.3.2. Nowoczesne technologie w obsłudze klienta	198
9.3.3. Transfery wiedzy w procesie obsługi klienta	202
Część IV. Wizerunek i nowoczesne metody zarządzania hotelem	206
Rozdział 10. Wizerunek hotelu w XXI wieku	206
10.1. Istota wizerunku hotelu	206
10.2. Kształtowanie marki hotelu na rynku turystycznym	211
10.3. Znaczenie reputacji w działalności hotelu	213
Rozdział 11. Współczesne metody i techniki zarządzania hotelem	220
11.1. Reengineering (BPR)	221
11.2. Franchising	222

11.3. Outsourcing	223
11.4. Zarządzanie przez jakość totalną (TQM)	224
11.5. Lean Management (LM)	226
11.6. Zarządzanie wiedzą (KM)	226
11.7. Koncepcja organizacji sieciowej	228
11.8. Benchmarking.	230
Praktyczny słownik pojęć i zwrotów stosowanych w hotelarstwie	236
Spis tabel	247
Spis rysunków	
Załączniki	252