Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym

praca podyplomowa

Wstęp 2

Rozdział I. Elementy zarządzania strategicznego i operacyjnego a funkcjonowanie przedsiębiorstw na rynku 3
1. Definicja i istota zarządzania 3
1.1. Ujęcie definicyjne zarządzania 3
1.2. Koncepcje zarządzania według Petera Druckera 6
2. Zarządzanie strategiczne i operacyjne oraz ich wyznaczniki 10
2.1. Misja i wizja przedsiębiorstwa 16
2.2. Strategia firmy 17
2.3. Proces zarządzania strategicznego i operacyjnego 22
2.4. Zarządzanie operacyjne 26

Rozdział II. Konkurencyjności polskiej turystyki i kompleksów leczniczo-wypoczynkowych i lecznictwa uzdrowiskowego w warunkach integracji z Unią Europejską 29
1. Rozwój nowoczesnej turystyki 29
2. Identyfikacja czynników warunkujących kształtowanie oferty turystycznej 41
2. 1. Czynniki popytowe 44
2.2. Czynniki ekonomiczne 46
3. Oferta przedsiębiorstwa ekoturystycznego 47

Literatura 54

Wstęp

Pierwsze próby stosowania zarządzania można zaobserwować już w starożytnym Egipcie. To właśnie Egipcjanie podczas budowania swych piramid stosowali planowanie, kontrolowanie, a także organizowanie. Aleksander Wielki także potrafił sprawnie zarządzać swą machiną wojenną podczas Kampanii Wojennych. Imperium rzymskie na swym obszarze posiadało rozwiniętą strukturę

organizacyjną, która miała za zadanie ułatwienie komunikowania się i kontroli.

Zarządzanie choć znane już od 5000 lat nie interesowało wcześniej tak mocno jak od XVIII i XIX wieku. Od tego momentu zaczynają się poważniejsze badania, rozważania. Rozwój nauki niewątpliwie pociągnęły za sobą tworzenie dużych fabryk i innych organizacji gospodarczych, w których stosowano nowe pomysły, koncepcje tworzenia, organizowania pracy oraz odpowiedniego kierowania, motywowania i zarządzania. Prekursorami nauki zarządzania byli: Charles Babbage, oraz Robert Oven. „Mimo tej długiej historii, przez wiele stuleci sprawą zarządzania nie poświęcano większej uwagi. Jednym z powodów takiego stanu rzeczy był fakt, iż pierwsza dyscypliną poświęconą handlowi była ekonomia. Ekonomiści powszechnie przyjmowali, że praktyka zarządzania spełnia warunek efektywności i w związku z tym koncentrowali uwagę na krajowej polityce gospodarczej i innych aspektach działalności gospodarczej poza zarządzaniem”[1].

Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym stanowi niezwykle interesujący i złożony obszar badawczy, który w ostatnich dekadach zyskał na znaczeniu zarówno w praktyce gospodarczej, jak i w teorii zarządzania. Dynamiczne zmiany zachodzące na rynku turystycznym, takie jak globalizacja, rozwój nowych technologii czy zmieniające się preferencje konsumentów, wymuszają na przedsiębiorstwach turystycznych konieczność nieustannego dostosowywania się do nowych warunków. W tym kontekście zarządzanie strategiczne i operacyjne odgrywa kluczową rolę w zapewnieniu przedsiębiorstwom trwałej przewagi konkurencyjnej oraz możliwości rozwoju.

Przemysł turystyczny jest jednym z najszybciej rozwijających się sektorów gospodarki światowej, a jego znaczenie gospodarcze jest trudne do przecenienia. Turystyka wpływa nie tylko na rozwój infrastruktury, ale również na kreowanie miejsc pracy, zwiększanie dochodów lokalnych społeczności oraz promowanie dziedzictwa kulturowego i naturalnego. W Polsce, szczególną rolę odgrywają kompleksy leczniczo-wypoczynkowe oraz uzdrowiska, które stanowią istotny element oferty turystycznej kraju. Integracja Polski z Unią Europejską otworzyła przed przedsiębiorstwami turystycznymi nowe możliwości rozwoju, ale również postawiła przed nimi liczne wyzwania związane z koniecznością dostosowania oferty do standardów unijnych oraz zwiększeniem konkurencyjności na rynku międzynarodowym.

Współczesne zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym nie ogranicza się jedynie do codziennego funkcjonowania firmy. Kluczowe znaczenie ma tu umiejętność definiowania długoterminowych celów, tworzenia strategii oraz efektywnego ich wdrażania. Istota zarządzania strategicznego polega na identyfikacji kluczowych wyzwań oraz szans rynkowych, a następnie podejmowaniu działań mających na celu wykorzystanie tych możliwości w sposób zrównoważony i efektywny. Z drugiej strony, zarządzanie operacyjne, obejmujące realizację bieżących zadań, pozwala na utrzymanie sprawnego funkcjonowania przedsiębiorstwa i spełnianie oczekiwań klientów.

Jednym z fundamentów skutecznego zarządzania jest jasne określenie misji i wizji przedsiębiorstwa, które stanowią drogowskaz w procesie podejmowania decyzji strategicznych. Misja przedsiębiorstwa definiuje jego podstawowy cel istnienia, natomiast wizja określa kierunek, w jakim firma chce podążać w dłuższej perspektywie czasowej. Na tej podstawie tworzone są strategie, które pozwalają na osiąganie zamierzonych celów oraz na elastyczne reagowanie na zmiany zachodzące w otoczeniu zewnętrznym. W przypadku przedsiębiorstw turystycznych, kluczowe znaczenie mają takie elementy jak innowacyjność oferty, wysoka jakość usług oraz umiejętność dostosowywania się do zmieniających się trendów na rynku.

Równocześnie, funkcjonowanie przedsiębiorstw turystycznych jest silnie uzależnione od czynników zewnętrznych, takich jak sytuacja gospodarcza, zmiany demograficzne, rozwój infrastruktury czy czynniki kulturowe. Wzrost znaczenia ekoturystyki oraz rosnąca świadomość ekologiczna klientów wymuszają na przedsiębiorcach konieczność uwzględniania aspektów zrównoważonego rozwoju w swojej działalności. Zarządzanie turystyką w sposób odpowiedzialny wobec środowiska naturalnego oraz lokalnych społeczności staje się jednym z najważniejszych wyzwań współczesnych przedsiębiorstw.

Ponadto, w warunkach globalizacji i postępującej cyfryzacji, znaczenie zyskują nowoczesne technologie, które rewolucjonizują sposób zarządzania przedsiębiorstwami turystycznymi. Cyfrowe narzędzia marketingowe, takie jak media społecznościowe czy platformy rezerwacyjne, pozwalają na dotarcie do szerokiego grona odbiorców w krótkim czasie. Z kolei analiza danych umożliwia lepsze zrozumienie potrzeb klientów oraz personalizację oferty. Współczesny turysta oczekuje bowiem nie tylko wysokiej jakości usług, ale również unikalnych doświadczeń, które odpowiadają jego indywidualnym preferencjom.

W niniejszej pracy omówione zostaną kluczowe aspekty zarządzania przedsiębiorstwem turystycznym, ze szczególnym uwzględnieniem roli zarządzania strategicznego i operacyjnego w kontekście funkcjonowania przedsiębiorstw na dynamicznie zmieniającym się rynku. Przedstawione zostaną również wyzwania i szanse związane z rozwojem polskiej turystyki oraz działalnością kompleksów leczniczo-wypoczynkowych w warunkach integracji z Unią Europejską. Analiza ta pozwoli na lepsze zrozumienie mechanizmów zarządzania w branży turystycznej oraz wskazanie najlepszych praktyk, które mogą być zastosowane w celu zwiększenia konkurencyjności i efektywności przedsiębiorstw w tym sektorze.

[1] R.W.Griffin, Podstawy zarządzania organizacjami, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004, s. 70.

To jest gotowa, obroniona praca. Gdyby chcieli Państwo zlecić napisanie zupełnie nowej pracy, to zapraszamy na stronę pisanie prac - sprawdzony serwis!