

Opis

Turystyka stanowi jedną z najbardziej dynamicznie rozwijających się gałęzi gospodarki na świecie, notując po II wojnie światowej stały, nieprzerwany wzrost zarówno, co do liczby turystów, jak i wpływów z turystyki. Polska, w tym względzie, nie dorównuje innym krajom europejskim. Wynika to głównie z faktu, że przez ostatnie dziesiątki lat turystyka w Polsce sprowadzała się w zasadzie wyłącznie do działalności socjalnej, finansowanej albo z budżetu państwa, albo przez państwowe przedsiębiorstwa, które organizowały wczasy dla swoich pracowników. Charakteryzowała się niskim poziomem usług, jednostajnym programem, kiepską bazą noclegową i wyżywieniową, itp. Traktując turystykę jako dodatek do działalności gospodarczej nie stworzono rozwiązań systemowych i programów jej rozwoju.

Nadrobienie powstałej luki, w stosunku do światowego poziomu usług turystycznych, wymaga z jednej strony podjęcia zmian systemowych, strukturalnych, w skali kraju, z drugiej usprawnienia systemów zarządzania w organizacjach świadczących usługi, czyniąc je bardziej konkurencyjne na rynku. Realizacja tego drugiego celu jest istotą treści zawartej w książce. Szczególna uwaga została zwrócona, na:

- określenie standardu jakości usługi turystycznej oraz roli pracowników i udziału klientów w tworzeniu i realizacji tego standardu,
- przykłady praktycznych rozwiązań doskonalących zarządzanie organizacją,
- etykę działania organizacji turystycznej.

Spis treści

Wprowadzenie 5

Rozdział 1

Ewolucja systemów zarządzania 7

- 1.1. Ewolucja metod zarządzania - do pierwszych norm ISO serii 9000 7
- 1.2. Normy ISO serii 9000 12

Rozdział 2

Od norm ISO do kompleksowego zarządzania organizacją 19

- 2.1. Co dalej po normach ISO? 19
- 2.2. Wybrane systemy wspomagające zarządzanie organizacją 28
 - 2.2.1. TQM - Zarządzanie przez jakość 28
 - 2.2.2. System odpowiedzialności społecznej - SA 8000 41
 - 2.2.3. System przeciwdziałania zagrożeniom korupcyjnym 43
 - 2.2.4. Etyka działania organizacji 48

Rozdział 3

Charakterystyka usług turystycznych 57

- 3.1. Znaczenie turystyki w integracji społeczeństw 57
- 3.2. Specyfika usług turystycznych w kraju 59

- 3.3. Rola pracowników w kształtowaniu jakości usługi turystycznej 64
- 3.4. Udział klienta w kształtowaniu jakości usługi turystycznej 72
- 3.5. Kształtowanie dobrych relacji z klientem 76
- 3.6. Ryzyko związane z zakupem usługi 79
- 3.7. Analiza reklamacji klientów jako element doskonalenia zarządzania organizacją 81
- 3.8. Etyka działania organizacji turystycznej 86

Rozdział 4

System zarządzania w organizacji turystycznej 91

- 4.1. Określenie standardu jakości w turystyce 91
 - 4.1.1. Cechy i charakterystyki jakości produktu turystycznego 91
 - 4.1.2. Rozpoznanie potrzeb i oczekiwań klientów 97
- 4.2. Uproszczony model doskonalenia standardu jakości 98
 - 4.2.1. Etap 1 - diagnoza stanu organizacji 99
 - 4.2.2. Etap 2 - realizacja procesów 103
 - 4.2.3. Ogólne zasady zarządzania ryzykiem 109
 - 4.2.4. Etap 3 - analiza wyników realizacji procesów 114
 - 4.2.5. Etap 4 - doskonalenie zarządzania 115

Rozdział 5

Wybrane praktyczne elementy zarządzania organizacją turystyczną 117

- 5.1. Procesowe zarządzanie organizacją 117
- 5.2. Diagnoza stanu - określenie „Standardu jakości” 123
- 5.3. Polityka i cele Biura Turystycznego 124
 - 5.3.1. Polityka jakości 124
 - 5.3.2. Cele jakości 129
- 5.4. Mapa procesów 132
 - 5.4.1. Procesy główne 132
 - 5.4.2. Procesy pomocnicze - wspierające 141
 - 5.4.3. Procesy zarządzania 145

Rozdział 6

Podsumowanie - Rola i odpowiedzialność kierownictwa oraz pracowników organizacji w systemie zarządzania 163

- 6.1. Rola Szefa (kierownictwa) organizacji 164
- 6.2. Rola Pełnomocnika Jakości 165
- 6.3. Rola audytora wewnętrznego 167
- 6.4. Rola właściciela procesu 168
- 6.5. Rola pracowników w systemie 169

Bibliografia 173