Obsah

Úvod 3
1 Ekonomické systémy 5
1.1 Trh 8
1.1.1 Tržní síly 8
1.1.2 Tržní cena 9
1.2 Tržní mechanismus 9

2 Základní makroekonomické ukazatele 11
2.1 Hrubý domácí produkt 11
2.1.1 Typy hrubého domácího produktu 12
2.1.2 Aktivity nezahrnované do hrubého domácího produktu 14
2.2 Životní úroveň 15
2.3 Státní rozpočet 16
2.3.1 Vztah státního rozpočtu k hrubému domácímu produktu a úloha cestovního ruchu 19
2.4 Inflace 20
2.4.1 Typy inflace 21
2.4.2 Důsledky inflace 23
2.4.3 Vývoj inflace v České republice 24
2.5 Nezaměstnanost 25
2.5.1 Typy nezaměstnanosti 26
2.5.2 Nezaměstnanost v České republice 27

3 Hospodářská politika 28
3.1 Typy hospodářské politiky 28
3.2 Cíle hospodářské politiky 29
3.3 Principy hospodářské politiky 30
3.4 Nástroje hospodářské politiky 31
3.5 Druhy hospodářské politiky 32
3.5.1 Monetární politika 32
3.5.2 Fiskální politika 34
3.5.2.1 Daňový systém 36
3.5.3 Důchodová politika 40
3.5.4 Zahraničněobchodní politika 41

4 Peněžení soustava 46
4.1 Peníze 46
4.1.1 Vývoj peněz 46
4.1.2 Funkce peněz 48
4.1.3 Formy peněz 49
4.2 Banky 51
4.2.1 Centrální banka 51
4.2.2 Obchodní banky 53
4.3 Kapitál 54
4.3.1 Úvěr 55
4.3.2 Cenné papíry 58
4.4 Obchod s cennými papíry 60

5 Mezinárodní měnové vztahy 64
5.1 Měnový kurs 64
5.2 Měnové jednotky 65
5.3 Mezinárodní měnové systémy 67
5.4 Platební bilance 70

6 Terciární sféra 72
6.1 Potřeby lidí 75
6.2 Statky 76
6.3 Potřeby v cestovním ruchu 77
6.4 Spotřeba statků cestovního ruchu 78

7 Firma 81
7.1 Příčiny vzniku firem 81
7.2 Druhy firem 82
7.3 Typy firem jako tržní struktury 83
7.4 Typy firem podle právní subjektivity 86

8 Management 90
8.1 Oblasti řídící práce 90
8.1.1 Plánování 90
8.1.2 Organizace 92
8.1.3 Řízení 93
8.1.3.1 Typy manažerů 94

8.1.4 Kontrola 94
8.1.4.1 Formy kontroly 95
8.2 Úrovně řízení 95
8.3 Kvalifikace manažera 96
8.4 Výrobní a operační management 97
8.5 Vývoj manažerských teorií 98

9 Marketing 101
9.1 Vývoj marketingu 101
9.2 Typy podnikatelských koncepcí 103
9.2.1 Výrobní koncepce 103
9.2.2 Výrobková koncepce 103
9.2.3 Prodejní koncepce 104
9.2.4 Marketingová koncepce 104
9.2.5 Sociální marketingová koncepce 104
9.3 Typy marketingu 105
9.3.1 Tržně zacílený marketing 105
9.4 Činitele marketingu 106
9.4.1 Produkt 106
9.4.2 Cena 108
9.4.2.1 Metody cenové tvorby 109
9.4.3 Podpora prodeje 110
9.4.4 Umístění na trhu, distribuce 111
9.5 Marketing v cestovním ruchu 113
9.6 Marketingový mix v cestovním ruchu 115

10 Vymezení cestovního ruchu 118
10.1 Příčiny vzniku cestovního ruchu 119
10.2 Podmínky rozvoje cestovního ruchu 119
10.3 Členění cestovního ruchu 124
10.4 Formy cestovního ruchu 126

11 Vývoj cestovního ruchu 130
11.1 Vývojové etapy moderního cestovního ruchu 131

12 Vývoj cestovního ruchu v Českých zemích 139
12.1 Meziválečné období 139

12.2 Období po druhé světové válce 140
12.3 Období po roce 1989 141

Příloha
Doporučení týkající se statistiky o cestovním ruchu 145

Použitá a doporučená literatura 153