



WYKORZYSTANIE SYSTEMÓW IT WSPOMAGAJĄCYCH ZARZĄDZANIE INFORMACJAMI W SEKTORACH PRZEMYSŁU TURYSTYCZNEGO

Marlena Wilk

Politechnika Częstochowska
Wydział Zarządzania

Streszczenie: W artykule przedstawiono wybrane aspekty zarządzania informacjami wspomaganego poprzez wykorzystanie systemów IT w poszczególnych sektorach przemysłu turystycznego. Scharakteryzowane zostały trzy bazowe grupy podmiotów biznesowych funkcjonujące w przemyśle turystycznym ze szczególnym uwzględnieniem ich działalności informatyczno-komunikacyjnej. Ponadto zaprezentowano różnorodne systemy IT oraz rozwiązania technologiczne wspierające zarządzanie informacjami stosowane przez poszczególne podmioty gospodarcze przemysłu turystycznego.

Słowa kluczowe: przemysł turystyczny, systemy IT, sektory przemysłu turystycznego, zarządzanie informacjami

Wprowadzenie

Funkcjonowanie przedsiębiorstw uzależnione jest od zasobu posiadanych informacji. Globalny dostęp społeczeństwa do różnorodnych źródeł pozyskiwania wiadomości przyczynia się do coraz to silniejszego uzależnienia podmiotów gospodarczych od korzystania z Internetu oraz rozwiązań technologicznych¹. Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie wybranych aspektów zarządzania informacjami ze szczególnym uwzględnieniem wykorzystania systemów IT, które mają znaczący wpływ na funkcjonowanie podmiotów gospodarczych w przemyśle turystycznym. Zarządzanie informacją szczególnie w przemyśle turystycznym stanowi niezwykle istotny element działalności przedsiębiorstwa oraz bazuje właśnie na systematycznym wykorzystaniu systemów informacyjnych i komunikacyjnych w różnych dziedzinach turystyki. Turystyka obejmuje różnorodne gałęzie, tworząc szeroki turystyczny łańcuch wartości, w którym wyróżnić można następujące bazowe podmioty biznesowe²:

¹ D. Szajt, B. Ślusarczyk, *Globalizacja jako element wzrostu konkurencyjności*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej. Zarządzanie” nr 10, red. M. Szajt, Sekcja Wydawnictw Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2013, 107.

² *Informationsmanagement im Tourismus*, Hrsg. A. Schulz, U. Weithöner, R. Goecke, Oldenbourg Verlag, München 2010, s. 25.

1. *Dostawcy* – podmioty oferujące i dostarczające usługi transportowe, transferowe, zakwaterowania, cateringowe, restauracyjne itp. oraz przygotowujące wszelkiego rodzaju imprezy, atrakcje, wycieczki, zabiegi SPA itp., jak również organizatorzy, którzy są odpowiedzialni za całkowitą ofertę turystyczną, zapewniając konsumentom pakiet usług turystycznych podczas wycieczek zorganizowanych. Dostawcy sprzedają swoje usługi bezpośrednio użytkownikom końcowym bądź za pośrednictwem innych organizacji, np. biur podróży.
2. *Pośrednicy turystyczni / organizacje turystyczne* – dostarczają na zlecenie odbiorcy za stosowną opłatą (opłaty serwisowe, rezerwacyjne itp.) usługi oferowane przez dostawców bądź odwrotnie – przekazują dostawcom za określoną prowizję klientów sprzedaży. Pośrednicy jako sprzedawcy mogą np. uzyskać od tzw. hurtowników skonsolidowanych bilety lotnicze w cenach netto oraz sprzedawać je konsumentom z indywidualnie ustaloną dopłatą³. Klasycznymi pośrednikami turystycznymi są typowe biura podróży wyspecjalizowane w usługach podróży zarówno urlopowych i rekreacyjnych, jak i służbowych. Od czasu wprowadzenia internetowych portali turystycznych wyróżnić można biura podróży stacjonarne oraz wirtualne biura podróży online⁴.
3. *Klienci końcowi* – osoby biorące udział w podróżach oraz wszelkich wydarzeniach turystycznych w celach zarówno wypoczynkowych, jak i służbowych, korzystające z usług oferowanych przez pośredników turystycznych oraz dostawców usług. Przedsiębiorstwa wysyłające pracowników w podróże służbowe są również zaliczane do grupy klientów przemysłu turystycznego, pomimo że często posiadają własne korporacyjne centra turystyczne. Centra te zobowiązane są do zarządzania podróżami służbowymi oraz wszelkimi wydarzeniami związanymi z przemysłem turystycznym, jak np. organizacja, kupno usług turystycznych w dużych ilościach oraz kierowanie popytem i popytem na usługi turystyczne w swoim przedsiębiorstwie⁵.

Zaprezentowanie wybranych aspektów zarządzania informacjami, ze szczególnym uwzględnieniem systemów informatycznych stosowanych przez przedsiębiorstwa przemysłu turystycznego, stanowić będzie cel niniejszego artykułu. Przedstawiony powyżej podział na podmioty biznesowe funkcjonujące w przemyśle turystycznym pozwoli przedstawić w sposób bardziej przejrzysty różnorodność rozwiązań w zarządzaniu informacjami, które stosowane są przez poszczególne przedsiębiorstwa turystyczne.

Zarządzanie informacjami w poszczególnych sektorach przemysłu turystycznego

Przemysł turystyczny dzieli się na wiele różnorodnych sektorów, współpracujących ze sobą na licznych płaszczyznach. Zarządzanie informacjami stale przepływającymi między jego podmiotami gospodarczymi przyczynia się do kompleksowości usług turystycznych. Każdy z przedstawionych tu podmiotów biznesowych

³ J. Surma, *Business Intelligence. Systemy wspomagania decyzji biznesowych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009, s. 86.

⁴ *Turystyka*, red. W. Kurek, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 117.

⁵ *Informationsmanagement ...*, Hrsg. A. Schulz, U. Weithöner, R. Goecke, op. cit. s. 28.

wykorzystuje jednak odmienne technologie. Odmienność w dysponowaniu różnego rodzaju systemami zarządzania informacjami występuje ze względu na ciągłe udoskonalanie sposobów i metod zarządzania w przedsiębiorstwach, jak i pod wpływem coraz to bardziej innowacyjnych technologii oraz metod analitycznych⁶.

Dostawcy usług turystycznych podzieleni zostali na przedsiębiorstwa przewoźowe, organizacyjne oraz sprzedające usługi gastronomiczno-hotelarskie. Ze względu na złożoność procesów zachodzących w przedsiębiorstwach przemysłu turystycznego dostawcy usług coraz częściej skłaniają się w stronę aktywnych rozwiązań IT w zarządzaniu informacjami, które ułatwiają pozyskiwanie, organizację oraz przetwarzanie danych wewnątrz szerokiego spektrum systemów IT oraz przynoszą danemu przedsiębiorstwu optymalizację zachodzących w nim procesów, oszczędzając przy tym czas pracy⁷.

Przedsiębiorstwa linii lotniczych są pionierami w dziedzinie systemów informacyjnych w przemyśle turystycznym. Ich dzisiejsze obszary IT (ang. *IT landscape*) powstały z niezwykle złożonego środowiska systemów, które przyczyniło się do ujawnienia podstawowych procesów przedsiębiorstwa lotniczego. Systemy przedsiębiorstw lotniczych są ze sobą ściśle powiązane w środowisku biznesowym, w którym występuje stały przepływ informacji. Wielofunkcyjne centra serwisowe – lotniska – służą przedsiębiorstwom lotniczym, służbom publicznym oraz prywatnym dostawcom usług jako wspólne platformy pracy. Współpracujące ze sobą na licznych płaszczyznach systemy IT lotnisk umożliwiają oraz zapewniają bezproblemowy przebieg występujących tu licznych procesów. Trzy podstawowe procesy na lotniskach, tj.: odprawa samolotów i pasażerów, transport bagażu oraz dalsze zewnętrzne i wewnętrzne procesy serwisowe, wspomagane są także przez dodatkowe systemy, jak np. podstawowe usługi infrastrukturalne czy systemy ochrony i bezpieczeństwa. Systemy w tej dziedzinie są nastawione na przetwarzanie olbrzymiej ilości danych transakcyjnych, jak też zewnętrznych interfejsów⁸. W dziedzinach systemów planowania i kierowania, wśród których wyodrębnić można takie poddziedziny jak np. planowanie połączeń komunikacyjnych czy lotów oraz kierowanie dochodem, najważniejszymi czynnikami są narzędzia optymalizujące działania podejmowane przez przedsiębiorstwo, których zadaniem jest wykorzystanie dostępnych zasobów (takich jak np.: samoloty, załoga) z jak najbardziej optymalnym wynikiem⁹. Systemy operatywne odpowiedzialne są natomiast za procesy związane z zarządzaniem załogą przedsiębiorstwa lotniczego, jak też z przygotowaniem samolotu, np. realizacja i monitoring lotu. W przedsiębior-

⁶ *Technologie i systemy komunikacji oraz zarządzanie informacją i wiedzą*, red. L. Kiełtyka, Difin, Warszawa 2008, s. 9.

⁷ A. Mesjasz-Lech, B. Skowron-Grabowska, *Application of Information Technology in Supply Chain Management as Exemplified by Companies in Poland*, „Managing Organizations in Changing Environment. Models – Concepts – Mechanisms”, Cracow University of Economics, Kraków 2014, s. 421.

⁸ B. Stefanowicz, *Informacyjne systemy zarządzania. Przewodnik*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2007, s. 13.

⁹ D. Jelonek, *Customer Knowledge Management and Data Mining for Decision Support*, [w:] *Enterprise, Logistics and Innovations in Knowledge Based Economy*, red. M. Nowicka-Skowron, R. Leseraort, Haute Ecole Blaise Pascal, Arlon 2008, s. 39.

stwach linii lotniczych wyodrębnić można także grupę systemów administracyjnych odpowiedzialnych np. za analizę danych oraz zestawienia sprzedanych i kupionych usług.

Publiczna komunikacja osobowa to zintegrowany system poszczególnych podmiotów transportowych. Jednym z największych wyzwań jest tu bez wątpienia zarządzanie oraz wysokiej jakości komunikacja sieci transportowych. Systemy informacyjno-komunikacyjne, jak np.: systemy zarządzania siecią komunikacyjną, systemy sprzedaży i relacji z klientami oraz systemy planowania produkcji czy realizacji, przyczyniają się tu do stałego ułatwiania pracy przedsiębiorstw. W dziedzinie zarządzania ceną oraz w strategii *Yield Management* przedsiębiorstwa kolejowe z kolei dbają o jak najlepszą kalkulację ceny usług transportowych w oparciu o sytuację rynkową oraz zgodność z preferencjami klienta¹⁰. Podstawowy system relacji cen za usługi transportowe, który np. nie tylko określa cenę komunikacji ICE (system pociągów łączących największe miasta w Niemczech i krajach ościennych, ang. *Intercity Express*) w odniesieniu do całkowitego utrzymania ruchu transportowego, ale także spełnia istotną rolę w działalności przedsiębiorstwa kolejowego oraz optymalizuje tę cenę zależnie od dostępności miejsc czy długości trasy przewozowej. W ten sposób powstają prognozy, które z kolei sterowane systemem *Yield Management* mogą przyczynić się do ustalania specjalnych krótko-terminowych cen za usługi transportowe¹¹.

Systemy IT dla przedsiębiorstw hotelowych i gastronomicznych są aktywnie stosowane wewnątrz przedsiębiorstwa oraz działają zapobiegawczo w celu przeciwdziałania problemom podczas procesów biznesowych od momentu rezerwacji, poprzez zameldowanie, obsługę hotelową czy restauracyjną, aż po wymeldowanie. Wśród nich wyróżnić można między innymi systemy gospodarki gotówkowej oraz produktu, systemy zarządzania hotelowego (ang. *Property Management System – PMS*), systemy hotelowego łącza telefonicznego, telewizyjnego, internetowego, automatyczne systemy wejścia/otwierania i wyjścia/zamykania w obiekcie czy elektroniczne pośrednie i bezpośrednie systemy dystrybucji, jak np. interfejs, tzw. bezproblemowa łączność (ang. *Seamless Connectivity*) lub zarządzanie wielokanałowe (ang. *Multi-Channel-Management*)¹². Niezwykle silną oraz istotną zależność pomiędzy „działaczami” przemysłu turystycznego a systemami będącymi do dyspozycji każdej ze stron użytkowników usług turystycznych przedstawiono na rysunku 1. Zaprezentowana tu sieć informacyjno-komunikacyjna jest obszernie rozbudowana i zapewne nie działałaby sprawnie, gdyby nie efektywne zarządzanie informacjami, co jest z kolei możliwe dzięki zaprezentowanym systemom IT.

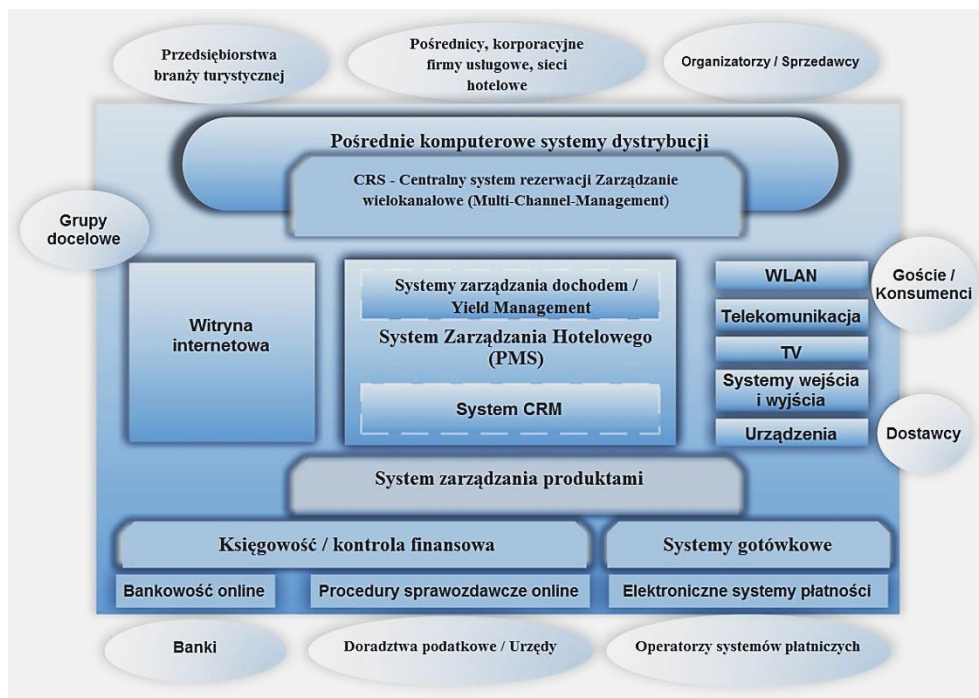
Kolejną grupę stanowią pośrednicy turystyczni i touroperatorzy. Bazują oni głównie na systemach informacyjnych wspierających zarządzanie informacjami, tj. ich pozyskiwanie oraz przetwarzanie. Systemy planowania, zakupu, zarządzania

¹⁰ H. Kościelniak, *Economic Monitoring in Logistics Subsystems in Enterprises*, „Advanced Logistic Systems. Theory and Practice” Vol. 3, University of Miskolc, Budapest 2009, s. 79.

¹¹ *Systemy i procesy zarządzania logistyczno-marketingowego. Aspekt efektywnościowy*, red. P. Blaik, Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, Opole 2007, s. 41-76.

¹² D. Buhalis, *Strategic Use of Information Technologies in the Tourism Industry*, University of Westminster, Londyn 2001, s. 401-429.

przydziałami wraz z ich różnorodnymi systemami produkcji to jedynie nieliczne moduły funkcyjne i interfejsy systemów IT stosowanych przez touroperatorów. Systemy te są obecne w przedsiębiorstwie od momentu planowania, przechodzą poprzez działy kupna i sprzedaży, docierając aż do działu obsługi klienta oraz zarządzania danymi¹³. Im mniejsza organizacja turystyczna, tym większe jest prawdopodobieństwo, że wszystkie procesy IT danego przedsiębiorstwa przekierowane są na dostawców IT, co pozwala przedsiębiorstwu zaoszczędzić na kosztach inwestycji technologicznej (strategia outsourcingu).



Rysunek 1. Systemy IT używane w przedsiębiorstwie hotelowym należącym do korporacji lub sieci hotelowej

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: *Informationsmanagement im Tourismus*, Hrsg. A. Schulz, U. Weithöner, R. Goecke, Oldenbourg Verlag, München 2010

W przemyśle turystycznym szczególnie często wykorzystywane są także rozwiązania IT oparte na efektywnym zarządzaniu informacją, które są jednym z nowszych kierunków rozwoju systemów klasy ERP (ang. *Enterprise Resource Planning*). Planowanie zasobów przedsiębiorstwa turystycznego, nazywane również przez producentów zaawansowanym zarządzaniem zasobami, to zbiór systemów informatycznych służących wspomaganiu zarządzania przedsiębiorstwem lub grupami przedsiębiorstw współpracujących ze sobą, co jest możliwe dzięki groma-

¹³ A. Szymonik, *Technologie informatyczne w logistyce*, Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa 2010, s. 169.

dzeniu oraz przetwarzaniu danych. Działalność przedsiębiorstw przemysłu turystycznego oparta jest na kompleksowości usług, a co za tym idzie – na ciągłym przepływie danych pomiędzy współpracującymi ze sobą sektorami i podmiotami turystycznymi. Przedsiębiorstwa software'owe często oferują rozszerzenie działalności poza obszar back-office (typowy ERP), co umożliwia tworzenie systemów wspomagających przepływ informacji biznesowej między przedsiębiorstwami turystycznymi¹⁴. Tego typu podejście określane jest mianem front-office i pozwala utworzyć wspólną platformę komunikacji dla pracowników, klientów, dostawców czy partnerów biznesowych funkcjonujących w przemyśle turystycznym. Takie wspieranie może obejmować zarówno wszystkie, jak też jedynie część szczebli zarządzania, a ponadto umożliwia optymalizację wykorzystania zasobów danego przedsiębiorstwa turystycznego. W działalności turystycznej systemy ERP są także często wzbogacane o dodatkowe funkcje wzmacniające efektywność procesów biznesowych, jak np. aplikacje wspomagające zarządzanie dystrybucją i handlem. Do trwałego rozwoju organizacji przemysłu turystycznego przyczynić się mogą jedynie złożone rozwiązania front-office'owe, wykorzystujące dane uzyskane z obszaru back-office, które następnie zamieniają je na wiedzę dotyczącą pracowników, klientów, dostawców oraz partnerów wszystkich współpracujących ze sobą podmiotów turystycznych¹⁵.

Klienci końcowi w branży turystycznej dysponować mogą natomiast wszelkimi systemami IT wspomagającymi wybór konkretnej, dopasowanej do indywidualnych potrzeb klienta opcji kupna usług turystycznych, takich jak np. sieci społecznościowe, portale turystyczne, system informacji geograficznej (ang. *Geographic Information System* – GIS) służący do wprowadzania, pozyskiwania, przetwarzania oraz konceptualizacji wizualnej danych geograficznych, wspierając przy tym procesy decyzyjne, czy system m-commerce – wyodrębniony z systemu e-commerce obszar handlu elektronicznego, gdzie istotną rolę przypisuje się urządzeniom mobilnym, takim jak np. telefon komórkowy czy inne urządzenia przenośne¹⁶. Systemy zarządzania marketingiem działają na płaszczyźnie pozyskanych już danych, które przetwarzane są według ściśle określonych celów, takich jak np. zarządzanie sprzedażą, relacjami z klientem, płatnościami oraz tzw. *Yield Management*, czyli metody polityki cenowej, gdzie maksymalizacja przychodów ze sprzedaży oraz z poszczególnych działów przedsiębiorstwa stanowi główny cel. W myśl tej idei należy nie tylko dopasowywać usługi przedsiębiorstwa do preferencji klientów, ale także zmieniać ceny z biegiem czasu, co w praktyce oznacza niskie ceny podczas trwania okresu niskiego obciążenia systemu i analogicznie – wysokie ceny podczas wysokiego obciążenia lub nawet przeciążenia systemu¹⁷.

¹⁴ A. Keramati, H. Mehrabi, N. Mojir, *A Process-Oriented Perspective on Customer Relationship Management and Organizational Performance: An Empirical Investigation*, "Industrial Marketing Management" 2010, Vol. 39, No. 7, s. 1175.

¹⁵ *Information Management* ..., Hrsg. A. Schulz, U. Weithöner, R. Goecke, op. cit., s. 34.

¹⁶ J. Uryniuk, *Nowe rozwiązania – nowe możliwości*, „Bank” (dodatek IT@Bank), Warszawa 2010, s. 46.

¹⁷ G. Sz wajkowska, P. Kwaśniewski, K. Leżoń, F. Woźniczka, *Usługi bankowości elektronicznej dla klientów detalicznych. Charakterystyka i zagrożenia*, Urząd Komisji Nadzoru Finansowego, Warszawa 2010, s. 28.

Podsumowanie

Przedstawione w artykule przykłady wykorzystania systemów IT wspierających zarządzanie informacjami w przedsiębiorstwach jednoznacznie pokazują, że działalność przedsiębiorstwa przemysłu turystycznego dysponującego olbrzymią bazą danych dotyczących wszystkich procesów w nich zachodzących jest zdeterminowana poprzez wykorzystanie owych informatycznych systemów zarządzania informacjami. Bez wykorzystania innowacyjnych rozwiązań, jakie niosą ze sobą informatyczne systemy zarządzania informacjami, nie funkcjonowałyby niemal żaden z poszczególnych sektorów branży turystycznej. Zaprezentowany w artykule podział działalności turystycznej na poszczególne podmioty biznesowe ułatwił przedstawienie różnic w zarządzaniu informacjami oraz ukazał różnorodność systemów IT używanych przez dane podmioty przemysłu turystycznego. Omówione tu strategie elektroniczne używane przez podmioty gospodarcze wykazują, że przed każdą ze stron procesów zachodzących w przemyśle turystycznym stoją do dyspozycji określone systemy informatyczne wspomagające pozyskiwanie, przechowywanie, przetwarzanie oraz globalną dystrybucję adekwatnych danych. Systemy te nie tylko pozwalają przedsiębiorstwom sprawnie organizować pracę, lecz także reagować na stale zmieniające się potrzeby, preferencje oraz nastawienie klienta do prezentowanej oferty. Klienci końcowi przemysłu turystycznego zyskują natomiast dzięki systemom IT obszernie informacje i łatwość załatwiania formalności. W artykule przedstawiono także sieć silnych zależności występujących pomiędzy poszczególnymi kanałami przedsiębiorstw, które mają rację bytu jedynie dzięki sprawnemu przepływowi informacji. Dla przedsiębiorstw turystycznych systemy IT ułatwiające niemalże wszystkie procesy zarządzania informacjami traktowane są jako jeden z głównych zasobów, który określa i decyduje o przewadze konkurencyjnej na rynku.

Literatura

1. Buhalis D., *Strategic Use of Information Technologies in the Tourism Industry*, University of Westminster, London 2001.
2. Informationsmanagement im Tourismus, Hrsg. A. Schulz, U. Weithöner, R. Goecke, Oldenbourg Verlag, München 2010.
3. Januszewski A., *Funkcjonalność informatycznych systemów zarządzania*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.
4. Jelonek D., *Customer Knowledge Management and Data Mining for Decision Support*, [w:] *Enterprise, Logistics and Innovations in Knowledge Based Economy*, red. M. Nowicka-Skowron, R. Leseroart, Haute Ecole Blaise Pascal, Arlon 2008.
5. Keramati A., Mehrabi H., Mojir N., *A Process-Oriented Perspective on Customer Relationship Management and Organizational Performance: An Empirical Investigation*, "Industrial Marketing Management" 2010, Vol. 39, No. 7.
6. Kościelniak H., *Economic Monitoring in Logistics Subsystems in Enterprises*, „Advanced Logistic Systems. Theory and Practice” Vol. 3, University of Miskolc, Budapest 2009.
7. Mesjasz-Lech A., Skowron-Grabowska B., *Application of Information Technology in Supply Chain Management as Exemplified by Companies in Poland*, „Managing Organizations in Changing Environment. Models – Concepts – Mechanisms”, Cracow University of Economics, Kraków 2014.

8. Nowicka-Skowron M., Mesjasz-Lech A., Information Support of Logistic Processes in Supply Chain, [w:] Systemy informacyjne w zarządzaniu. Księga jubileuszowa z okazji 70-lecia urodzin profesora Adama Nowickiego, red. J. Korczak, I. Chomiak-Orsa, H. Sroka, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2010.
9. Skowron-Grabowska B., Uwarunkowania i kierunki rozwoju systemów informatycznych a logistyka, [w:] Informacja i komunikacja w logistyce, red. J.K. Grabara, C.M. Olszak, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice 2005.
10. Społeczeństwo informacyjne, red. J. Papińska-Kacperek, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.
11. Stefanowicz B., Informacyjne systemy zarządzania. Przewodnik, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2007.
12. Surma J., Business Intelligence. Systemy wspomagania decyzji biznesowych, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.
13. Systemy i procesy zarządzania logistyczno-marketingowego. Aspekt efektywnościowy, red. P. Blaik, Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, Opole 2007.
14. Szajt M., Ślusarczyk B., Globalizacja jako element wzrostu konkurencyjności, „Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej. Zarządzanie” nr 10, red. M. Szajt, Sekcja Wydawnictw Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2013.
15. Szwajkowska G., Kwaśniewski P., Leżoń K., Woźniczka F., Usługi bankowości elektronicznej dla klientów detalicznych. Charakterystyka i zagrożenia, Urząd Komisji Nadzoru Finansowego, Warszawa 2010.
16. Szymonik A., Informatyka jako system determinujący optymalne wykorzystanie instrumentów (narzędzi) łańcucha logistycznego w racjonalizacji procesów gospodarczych, [w:] Instrumenty sfery regulacji łańcucha logistycznego jako determinanty racjonalizacji procesów gospodarczych, red. M. Wasylko, Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Kupieckiej, Łódź 2007.
17. Szymonik A., Technologie informatyczne w logistyce, Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa 2010.
18. Technologie i systemy komunikacji oraz zarządzanie informacją i wiedzą, red. L. Kiełtyka, Difin, Warszawa 2008.
19. Turystyka, red. W. Kurek, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
20. Uryniuk J., Nowe rozwiązania – nowe możliwości, „Bank” (dodatek IT@Bank), Warszawa 2010.

THE USE OF IT SYSTEMS FOSTERING INFORMATION MANAGEMENT IN SECTORS OF THE TOURIST TRADE

Abstract: In the paper there were presented some aspects of the use of IT solutions that facilitate information management in different sectors of the tourist trade. There were characterized three basic groups of economic entities involved in processes of tourist flow. Moreover, there was discussed a variety of IT systems and solutions which foster information management and are applied by given organizations, services providers and consumers in the tourist trade.

Keywords: tourist trade, IT systems, information management, tourist trade sectors