

LOGISTYKA W TURYSTYCE – TEORIA I PRAKTYKA

Zastosowania logistyki w turystyce wynikają z istoty turystyki i znaczenia definicyjnego logistyki. W odniesieniu do turystyki należy wymienić definicję:

- turystyki,
- przedsiębiorstwa,
- produktu turystycznego,
- usługi turystycznej.

Tabela 1.

Wybrane definicje z zakresu turystyki

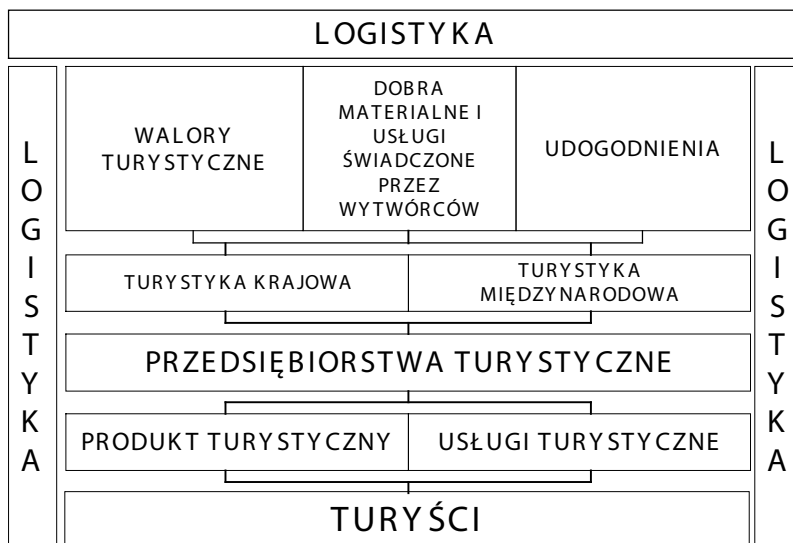
Logistyka - wybrane definicje
Według Łazarka, turystyka to ogół stosunków i zjawisk wynikających z podróży i pobytu osób podróżujących w celach wypoczynku, w interesach i w innych celach pozostających poza swoim normalnym środowiskiem nie dłużej niż rok, przy czym główny cel ich wizyty jest inny niż wykonywanie czynności wynagradzanych w odwiedzanym kraju.
Przedsiębiorstwo turystyczne to celowo zorganizowane samodzielnie ekonomiczne i wyodrębnione pod względem techniczno-usługowym, przestrzennym oraz prawnym, zespołem ludzi, środków materialnych i finansowych, powołanym do prowadzenia określonej działalności gospodarczej zaspokajającej potrzeby ludności w sferze turystyki i pozwalającej na maksymalizację jego korzyści.
Produkt turystyczny oznacza wszystko to, co turysta czyni w czasie podróży oraz w miejscu przeznaczenia (pobytu w docelowym miejscu).
Usługi turystyczne - usługi przewodnickie, usługi hotelarskie oraz wszystkie inne usługi świadczone turystom lub odwiedzającym.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Łazarek 1999, s. 11, Rapacz 1994, s. 18, Ustawa o usługach turystycznych z 29 sierpnia 1997 r. oraz z 5 marca 2004 r. o zmianie ustawy o usługach turystycznych.

Powiązania turystyki oraz logistyki przedstawiono na rycinie 1.

W logistyce należy uwzględnić jej znaczenie ogólne, ale również współczesne i specyficzne odnoszące się bezpośrednio do logistyki.

UJĘCIE OGÓLNE LOGISTYKI.



Ryc. 1. Powiązania turystyki oraz logistyki.

Logistyka według Abta (2000, s. 38) to dziedzina naukowo-badawcza o organizowaniu procesów przemieszczania oraz magazynowania surowców, materiałów i wyrobów gotowych w ujęciu systemowym, zmierzającym do optymalizacji łańcuchów zaopatrzeniowych (od pozyskania surowca do konsumenta), a także zajmująca się zagospodarowaniem produktów użytkowych. Ujęcie współczesne logistyki przedstawiono na rycinie 2.

Ujęcie specjalistyczne logistyki szczególnie w sferze użytecznej zawiera się w znaczeniach, które zawiera tabela 2.

Analizując rolę logistyki w zakresie turystyki (ryc. 3) należy zwrócić uwagę na następujące elementy oraz domeny:

- procesy logistyczne,
- zarządzanie logistyczne,
- system logistyczny,
- zasadę just-in-time (JIT),
- łańcuch dostaw,
- łańcuch logistyczny.

Łańcuch dostaw to działalność związana z przepływem materiałów (towarów) od jednego oryginalnego źródła, poprzez wszystkie pośrednie formy, aż do postaci, w której jest konsumowany przez ostatecznego konsumenta (Bak 1992, s. 36).

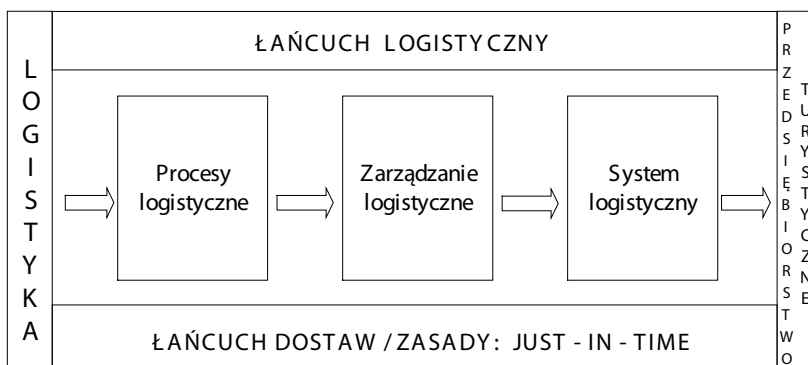


Ryc. 2. Istota nowoczesnej logistyki. Źródło: Opracowanie własne na podstawie Blaik 1996, s. 20.

Tabela 2.

Wybrane definicje logistyki

Definicja.	Treść
1	Logistyka oznacza planowanie, realizację i kontrolę przemieszczania i rozmieszczania ludzi i/lub dóbr oraz działań wspierających, związanych z tym przemieszczaniem i rozmieszczaniem, w systemie stworzonym dla osiągnięcia określonych celów (Korzeniowski 1997, s. 2006).
2	Logistyka obejmuje planowanie, koordynację i sterowanie zarówno w aspekcie czasu, jak i przestrzeni, przebiegiem procesów realnych, których organizacja jest uczestnikiem, dla efektywnego osiągnięcia celów (Krawczyk 2001, s. 41).
3	Logistyka międzynarodowa to integrowanie aktywności firm ogniw łańcucha dostaw zarówno w odniesieniu do funkcji operacyjnej, finansowej i marketingowej, zarządzania logistycznego, jak i kontroli przepływu dóbr i usług poprzez granice różnych państw (Gołemska i Szymczak 2000, s. 11).



Ryc. 3. Systemowe ujęcie logistyki w turystyce¹.

Wyszczególnione w ramach łańcucha dostaw fazy logistyki odnoszą się do:

- zaopatrzenia,
- produkcji,
- dystrybucji.

Logistyka zaopatrzenia jest systemem logistycznym związanym z rynkiem. Stanowi ona połączenie między logistyką dystrybucji dostawców i logistyką produkcji w przedsiębiorstwie. Przedmiotem logistyki zaopatrzenia są towary (surowce, materiały pomocnicze i eksploatacyjne, części z zakupu i towary nabywane w handlu), które należy udostępnić (przygotować) przedsiębiorstwu zgodnie z jego zapotrzebowaniem (Pfohl 2001, s. 175).

Instrumenty polityki zaopatrzenia (Pfohl 2001, s. 178-184):

1. Elementem składowym polityki produktu są: kształtowanie produktu i program zaopatrzenia, w którym ustala się, jakie rodzaje towarów, w jakich ilościach i w jakim czasie będą sprowadzane w okresie objętym planowaniem.

¹ **Procesy logistyczne** to procesy przepływu dóbr, polegające na fizycznym przemieszczeniu i magazynowaniu surowców, materiałów i produktów oraz na przepływie związanej z tym przemieszczaniem informacji przez kolejne fazy różnego typu procesów gospodarczych tak zorganizowanych, aby realizacja tych procesów była sprawna i ekonomicznie uzasadniona. Podstawową funkcją procesów logistycznych jest przestrzenno-czasowa zmiana cech towarów. Funkcje te są spełnione przez: procesy transportu, przeładunku i magazynowania (procesy głównie w przepływie towarów), procesy pakowania i znakowania (procesy pomocnicze w przepływie towarów). Por. Abt 1998, s. 31 oraz Pfohl 2001, s. 7.

Na zarządzanie logistyczne składa się formułowanie strategii, planowanie, sterowanie i kontrola (odbywających się w sposób efektywny i minimalizujący globalne koszty) procesów przepływu i magazynowania surowców i materiałów, zapasów, produkcji w toku. Wyrobów gotowych i odpowiednich informacji od punktu pozyskania do punktu konsumpcji w celu jak najlepszego dostosowania się do potrzeb klienta i ich zaspokojenie. Por. Abt 2001, s. 38.

System logistyczny to „celowo zorganizowane i zintegrowane w obrębie danego układu gospodarczego - przepływy materiału i produktów oraz odpowiadających im informacji, umożliwiających optymalizację w zarządzaniu łańcuchem dostaw (m.in. poprzez automatyczną identyfikację towarów, symulację komputerową, controlling, elektroniczną wymianę danych oraz kompleksowy rachunek kosztów). Por. Abt 1996, s. 17.

2. Polityka kontraktów (warunki). Odnosi się do polityki cenowej, która oznacza to, że przy negocjacjach ceny towarów i zakresu świadczeń należy sprawdzić, czy korzystniej jest zamówić dostawę loco fabryka i przyjąć na siebie transport (lub powierzyć ją usługodawcy), czy też lepiej jest uzgodnić dostawę franco siedzib odbiorcy, przy czym w takim wypadku dostawca wykonuje usługę logistyczną i wkalkulowuje ją w cenę.
3. Polityka komunikacji ma za zadanie wyjaśnić dostawcy istotę i znaczenie polityki zaopatrzenia, a jej cel polega na pozyskaniu zdolności wytwórczych, woli świadczenia dostaw i zapewnien oferentów, co do wywiązania się z zawartych umów.
4. Polityka zakupów oznacza określenie kanałów zaopatrzenia (zakupy bezpośrednie, zakupy poprzez podmioty pośredniczące lub w handlu hurtowym), którymi mają być sprowadzane materiały używane w produkcji.

Logistyka produkcji obejmuje wszystkie czynności związane z zaopatrzeniem procesu produkcji w stosowne towary (surowce, materiały pomocnicze i eksploatacyjne oraz półwyroby i części z zakupu) i z przekazywaniem półwyrobów oraz wyrobów gotowych do magazynu zbytu (Pfohl 2001 a, s. 184). Zadaniem logistyki produkcji jest wykorzystanie zdolności produkcyjnych przedsiębiorstwa. Bezpośredni wpływ na logistykę produkcji ma zarówno ukształtowanie systemu produkcyjnego, jak i ukształtowanie systemu planowania i sterowania produkcją, przy czym między tymi obszarami istnieją współzależności.

Logistyka dystrybucji dotyczy wszystkich czynności, które mają związek z zaopatrzeniem klienta w wyroby gotowe. Zaopatrywanie może się odbywać bezpośrednio z procesu produkcyjnego lub z magazynów zbytu, znajdujących się przy zakładzie produkcyjnym lub ewentualnie z innych, regionalnych magazynów wysyłkowych (Pfohl 2001 b, s. 202).

Logistyka dystrybucji wywołuje konieczne przepływy towarów, aby fizycznie oddać do dyspozycji klienta kupione przez niego towary. Dotyczy to zarówno gotowych produktów, jak i części zamiennych. Przy czym można wyróżnić dwa zasadnicze sposoby ich dostarczania:

- wysyłanie przez dostawcę,
- sprowadzania samodzielnego.

W pierwszym logistyczny zakres kontroli dociera aż do klienta. Produkty dostarczane są za pośrednictwem własnego systemu logistyki dystrybucji. W drugim kontrola kończy się na dostawcy, u którego zaopatruje się klient. W tym wypadku występuje odbiór swoim środkiem transportu. Logistyka dystrybucji jest określana jako instrument marketingowy i mówi się raczej o logistyce marketingowej.

KONCEPCJA

Orientacja na klienta w logistyce dystrybucji prowadzi do klasycznej zasady marketingowej **produkować zgodnie z zapotrzebowaniem rynku**, która to w dalszym rozwoju prowadzi do zasady „najpierw sprzedać, później produkować”. Obie tendencje wymagają dużej elastyczności obsługi i myślenia kategoriami systemowymi. Tym, co łączy marketing i logistykę jest zadowolenie klienta.

Elementem polityki dystrybucji są: sposoby sprzedaży, służby handlowe i obsługa klienta. Sposoby sprzedaży różnią się od siebie zależnie od tego, czy bezpośrednio, czy też pośrednio łączą sprzedawcę z finalnym odbiorcą. Służby handlowe organizują sprzedaż za pośrednictwem akwizytorów bądź przedstawicielstw handlowych, maklerów. Sposób sprzedaży i pośredników definiuje łączny termin **kanal zbytu**. Przedsiębiorca przez wybór kanału dystrybucyjnego decyduje, które zadania marketingowe wykona samodzielnie, a które zostaną przekazane samodzielnym partnerom rynkowym.

Logistyka dystrybucji wykorzystuje różne zintegrowane systemy informatyczne w ramach koncepcji efektywnej obsługi klienta (ECR). Odnosi się ona do programu Ciągłe Uzupełnianie (CRP). W tym wypadku wytwórcy przejmują odpowiedzialność za gwarancję dostawy ze strony handlu w ten sposób, że prowadzą kontrolę zapasów w magazynie centralnym.

JUST-IN-TIME (ang. dokładnie o czasie) – metoda produkcji i sprzedaży, która polega na dostarczeniu towarów do jednostek handlowych, surowców, materiałów i części zamiennych do fabryk i linii produkcyjnych „w ostatniej chwili”. Korzyścią ze stosowania tej metody jest minimalizowanie kosztów magazynowania towarów i środków produkcji (Gęsicki i Gęsicki 2001, s. 131).

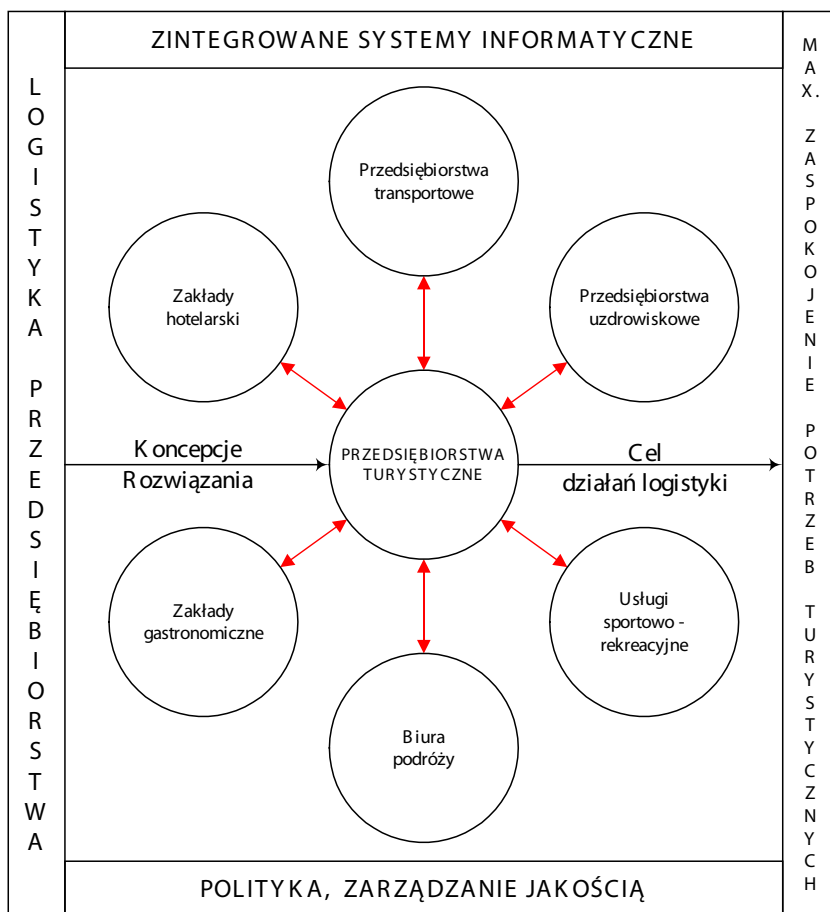
Warunki wytwarzania w systemie just-in-time (JIT):

1. Proces wytwarzania uruchamiany jest tylko na podstawie zamówień i zleceń.
2. Nie produkuje się niczego w celu wykorzystania mocy i zdolności produkcyjnych.
3. Dąży się do minimalizacji czasu, w którym partia surowca lub podzespołu znajduje się w firmie.
4. Eliminuje się całkowicie braki. W wypadku wystąpienia braków przerywa się proces wytwarzania, równocześnie pracownicy otrzymują premię za minimalizację przestoju.
5. Rezygnuje się z tradycyjnego sposobu dokumentowania zużycia materiałów i robocizny, gdyż te nakłady określa technologia produkcji.

6. Funkcje kontrolne wypełniają bieżąco zarządzający, co jest możliwe dzięki minimalizacji zapasów i zacieśnieniu przestrzeni operacyjnej.
7. Minimalizuje się produkcję w toku, proces wytwarzania kończy się wyrobem finalnym przekazywanym odbiorcy.
8. Kolejne etapy produkcji uruchamiane są od operacji finalnych do początkowych.

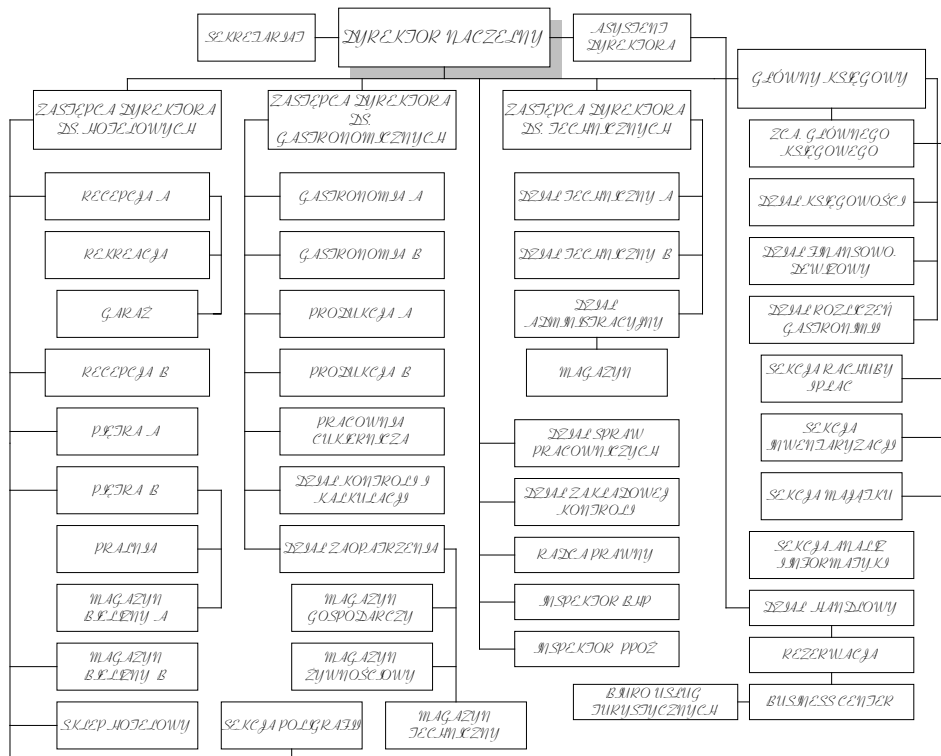
Idea łańcucha logistycznego wskazuje zakres procesów toczących się w obrębie logistyki, tj. „od momentu pozyskania surowca na określony zgodnie z potrzebami towar, poprzez jego wytworzenie i dystrybucję, aż do ostatecznego konsumenta”.

Systemowe ujęcie logistyki na poziomie przedsiębiorstwa turystycznego przedstawiono na rycinie 4.



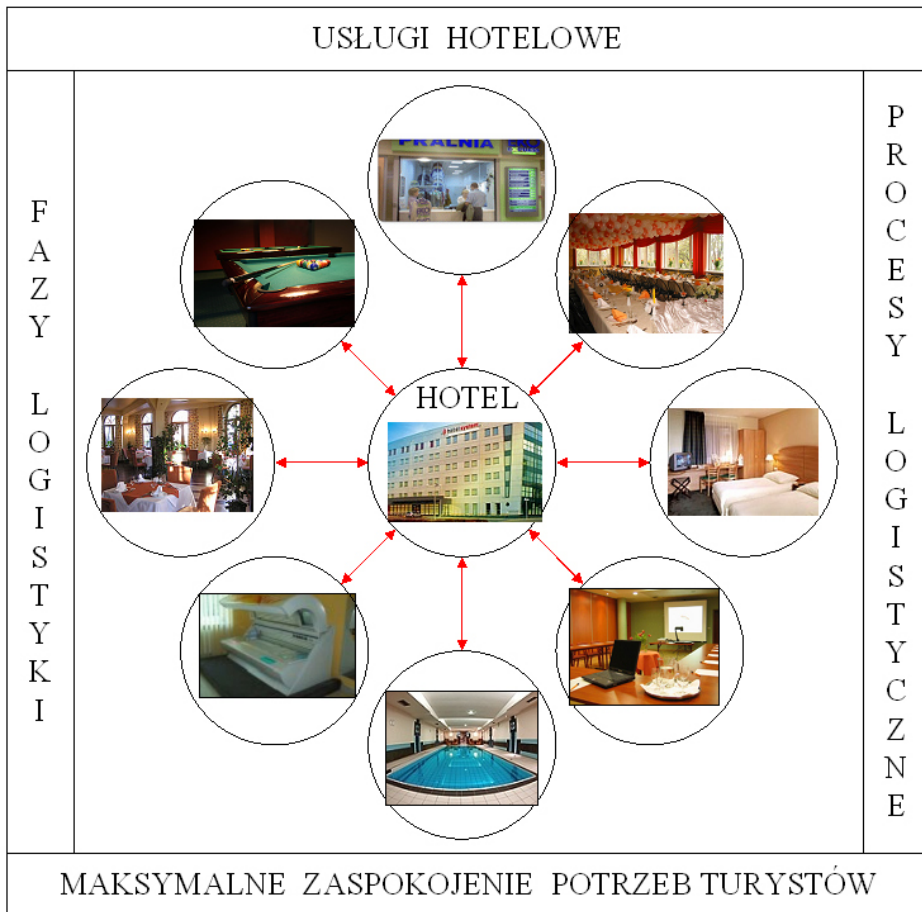
Ryc. 4. Systemowe ujęcie logistyki w przedsiębiorstwach turystycznych.

Z treści opisywanego modelu wynika, że w koncepcji zarządzania logistycznego w przedsiębiorstwie turystycznym mieszczą się również rozwiązania w zakresie komputerowych systemów wspomagających zarządzanie, zarządzania jakością w kierunku maksymalnego zaspokojenia potrzeb klientów – turystów. Zauważyć jednak należy, że podejście systemowe w odniesieniu do logistyki przedsiębiorstwa turystycznego ma wymiar ideowy (ryc. 5).



Ryc. 5. Struktura organizacyjna hotelu VICTORIA w Warszawie.

Przeglądając szczegółowo prezentowaną strukturę organizacyjną, nie można dostrzec systemowo ujętych rozwiązań logistycznych, co nie oznacza ich braku. Zaznaczyć trzeba, że trudności w opracowaniu odpowiedniego modelu systemu logistycznego dla konkretnego hotelu, łańcucha hoteli wynikają z ich wielofunkcyjności, gdyż są one bazą noclegową, prowadzą działalność restauracyjną, rozrywkową czy rekreacyjną, umożliwiają organizowanie konferencji itp. (ryc. 6).



Ryc. 6. Zakres usług hotelowych Źródło: Opracowanie własne na podstawie <http://www.golebiewski.pl/>, <http://www.hotelsaski.com.pl/>, <http://www.hotel-amadeus.pl/>

Pomimo, że koncepcja logistyczna rozmywa się nieco w tak złożonym organizmie, jakim są hotele, to należy podkreślić, że w ramach logistyki można wyodrębnić układ fazowy logistyki (zaopatrzenia, produkcji, dystrybucji). Trzeba też pamiętać, że toczące się procesy przebiegają sprawnie niewątpliwie ku zadowoleniu klientów. Wymiar praktyczny zastosowań logistyki w hotelu przedstawiono na rycinie 7.

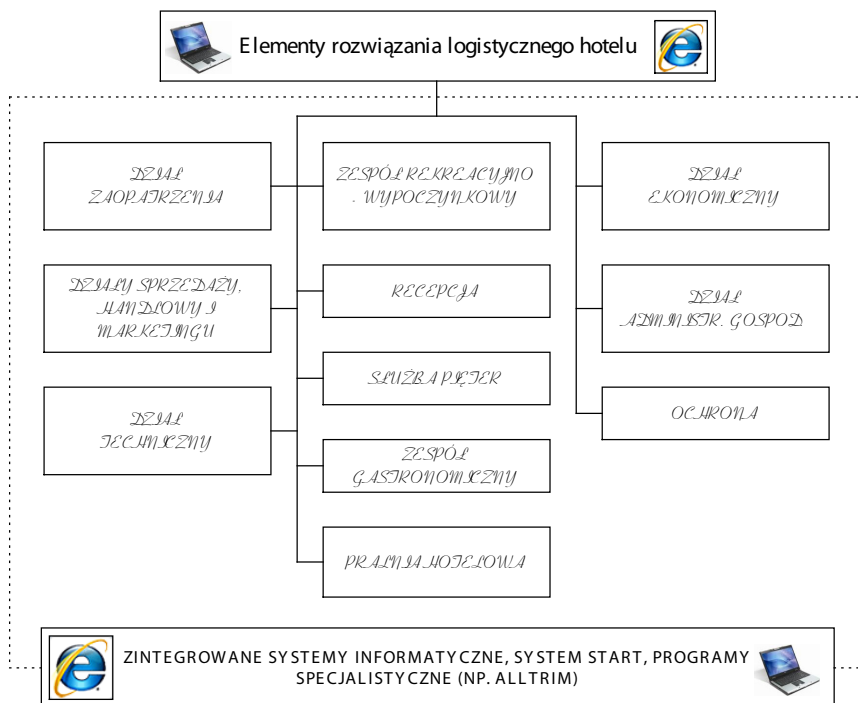
Z punktu widzenia logistyki (integracyjny wymiar logistyki) w strukturze organizacyjnej hotelu można byłoby przeprowadzić zmiany, które zmierzałyby do wyodrębnienia pionu logistyki (rozwiązania logistycznego) według koncepcji przedstawionej rycinie 8.



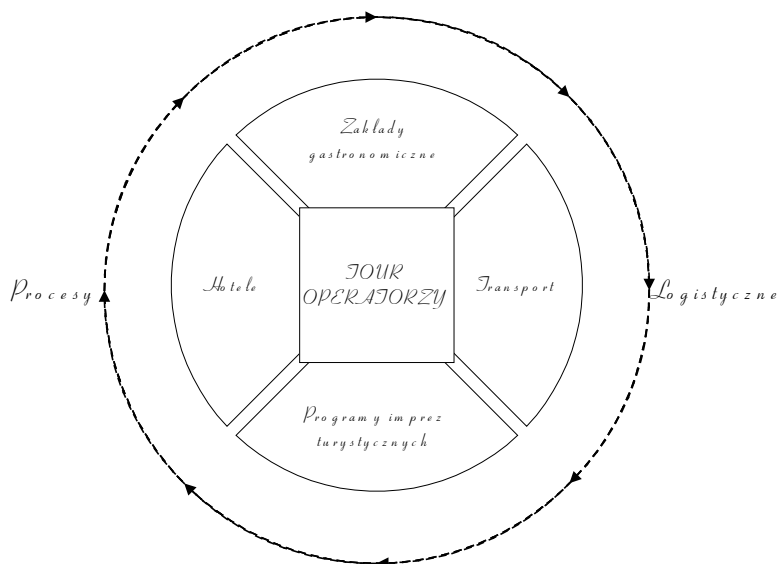
Ryc. 7. Praktyczne obszary zastosowań logistyki w hotelu. Źródło: Opracowanie własne na podstawie <http://www.hotel-amadeus.pl/>

W prezentowanym modelu zostało przyjęte założenie integracji wytypowanych elementów struktury organizacyjnej hotelu w kierunku rozwiązań systemowych. Uwzględniając założenia logistyki w odniesieniu do różnego rodzaju przedsiębiorstw, w tym turystycznych, na szczególną uwagę zasługują rozwiązania logistyczne dotyczące touroperatorów (ryc. 9).

Na podkreślenie zasługuje fakt, że w idei tour operatorów jest oferowanie turystom standardowych pakietów produktów turystycznych, przy czym standard nie oznacza propozycji takich samych produktów turystycznych, lecz odnosi się do aspektów jakościowych. Podstawowe założenia tour operatorów przedstawiono na rycinie 10.

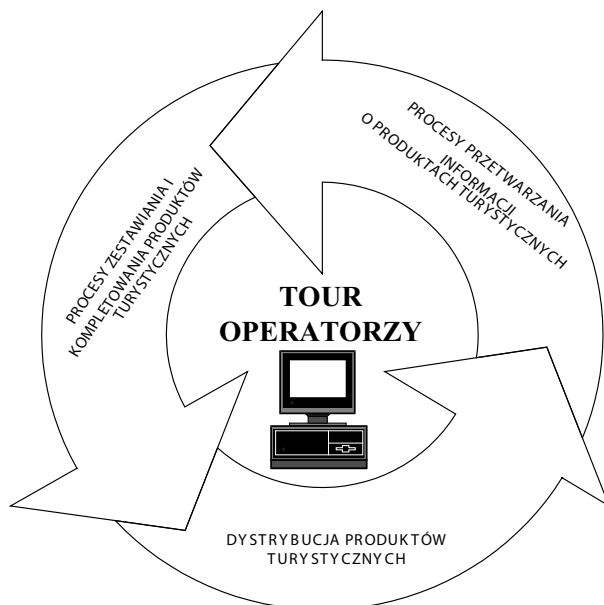


Ryc. 8. Modelowe rozwiązanie logistyki hotelu.



Ryc. 9. Kierunki oddziaływania logistyki na procesy w sektorze tour operatorów.

Przedstawione różne aspekty logistyki w odniesieniu do przedsiębiorstw turystycznych mają istotne znaczenie w koncepcyjnym wymiarze łańcucha logistycznego, który przedstawiono na rycinie 11.



Ryc. 10. Model funkcjonowania tour operatorów.

W prezentowanym modelu na szczególną uwagę zasługują: systemy informatyczne wspomagające zarządzanie, controllingowe (system GPS) oraz rozwiązania transportowe tj. transport samochodowy oraz lotniczy.

Skuteczny controlling w turystyce, a szczególnie w przewozach osób (turystów) autokarami, może być realizowany poprzez Globalny System Pozycjonowania (GPS), który wykorzystywany jest w celu ciągłego i systematycznego realizowania podstawowych funkcji zarządzania (planowania, organizowania, motywowania i kontroli). System został opracowany z myślą o dokładnym, szybkim i niezawodnym przepływie informacji dotyczącej bieżącej pozycji ruchomego obiektu.

Na świecie zainstalowanych jest 15 milionów odbiorników systemu GPS. Spośród różnych wersji tego rozwiązania, na ogół wykorzystywany jest System Rejestracji Trasy GPS 6100 TXD. Urządzenie składa się z dwóch elementów: odbiornika oraz kasy zawierającej zapis trasy. Program ten wyświetla kolejne punkty trasy na podkładzie dokładnych map cyfrowych zawierających uaktualniane informacje (drogi, miasta, wioski, itp.). Przykładowy obraz trasy pojazdu przedstawiono na rycinie 13.

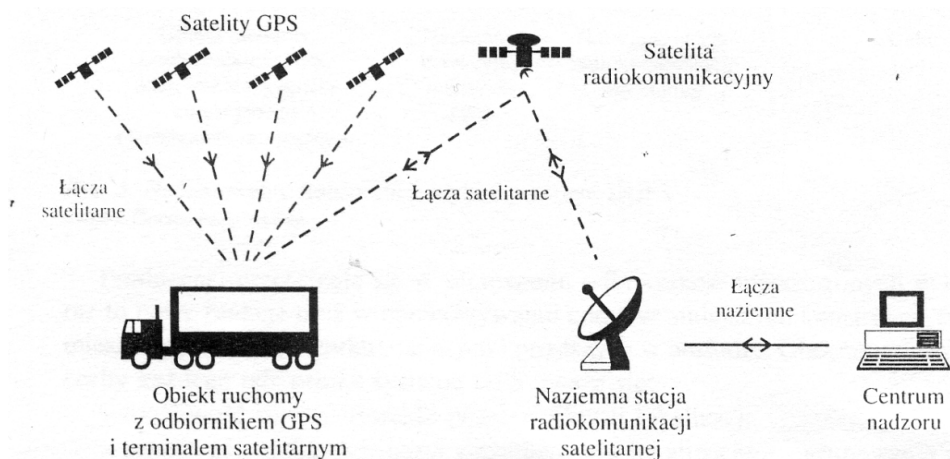


..... Przepływ informacji w systemie informatycznych oraz GPS

Ryc. 11. Model łańcucha logistycznego przedsiębiorstwa turystycznego. Źródło: Opracowanie własne na podstawie <http://www.triada.pl/>, <http://www.zamkipolskie.com/>, <http://www.nawigatornia.pl/>, http://commons./Boeing_737, <http://www.pkp.pl/>, <http://www.polferries.com.pl/>, <http://www.autokary.biz/>

Każdy zapisany punkt (strzałka na ekranie) zawiera informację dotyczącą daty, godziny zapisu, położenia geograficznego, prędkości w chwili zapisu, numeru samochodu czy zużycia paliwa. Podczas przeglądania trasy na bieżąco jest wyświetlana liczba przejechanych kilometrów, czas jazdy, postojów i zatrzymań, prędkość średnia czy maksymalna.

Dotychczasowe rozważania wskazują, że zarówno w misji firmy turystycznej, jak i w praktyce jej działalności powinny być silnie akcentowane walory bezpieczeństwa oraz jakościowe, i to we wszystkich dziedzinach jej funkcjonowania.



Ryc. 12. System GPS (Gołemska i Szymczak 2000, s. 101)

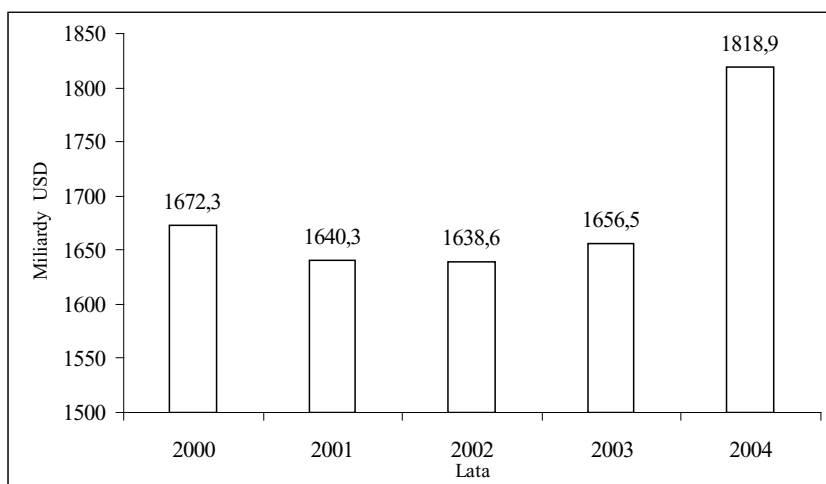


Ryc. 13. Obraz trasy – odczyt GPS

Można zauważyć, że mimo kryzysów, które u progu XXI wieku wstrząsały światowym rynkiem przewozów lotniczych spektakularnych katastrof lotniczych nieraz zdających się układać w czarne serie, transport lotniczy nie ma godnej alternatywy w nowoczesnym świecie.

Przystąpienie Polski do Unii Europejskiej zaowocowało większą liczbą klientów zarówno tradycyjnych linii lotniczych, jak i tanich linii upowszechniającym się na polskim rynku. W 2004 roku wszystkie krajowe lotniska obsłużyły ponad 7 mln pasażerów, co jest większą liczbą w porównaniu 2003 rokiem. W stosunku jednak do lotniska we Frankfurcie, które odprawiło 50 mln pasażerów, widać wyraźnie dystans dzielący nas od innych krajów. Należy przy tym popodkreślić, że prognozy dla Polski są sprzyjające. Wśród segmentów rynku lotniczego, które w Polsce będą się rozwijać najbardziej dynamicznie należy wymienić przede wszystkim przewozy niskokosztowe (www.tur-targi.pl).

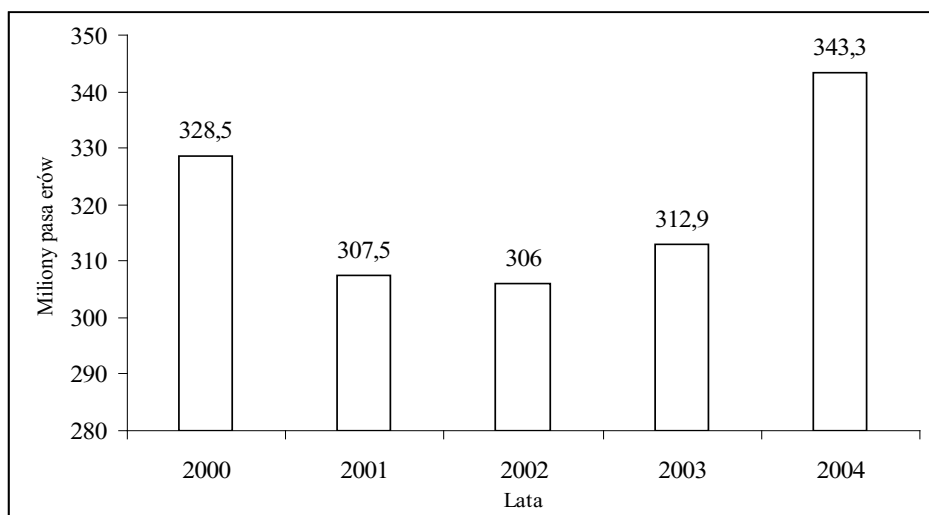
Aktualnie z lotnisk polskich można dolecieć przewoźnikami sieciowymi bezpośrednio do 35 krajów i 53 miast w Europie, na Bliskim Wschodzie, w północnej Afryce i północnej Ameryce. Polska pozostaje europejskim rynkiem o znaczeniu przede wszystkim lokalnym. Nie ma obecnie podstaw do uruchomienia bezpośrednich pozaeuropejskich połączeń na większą skalę.



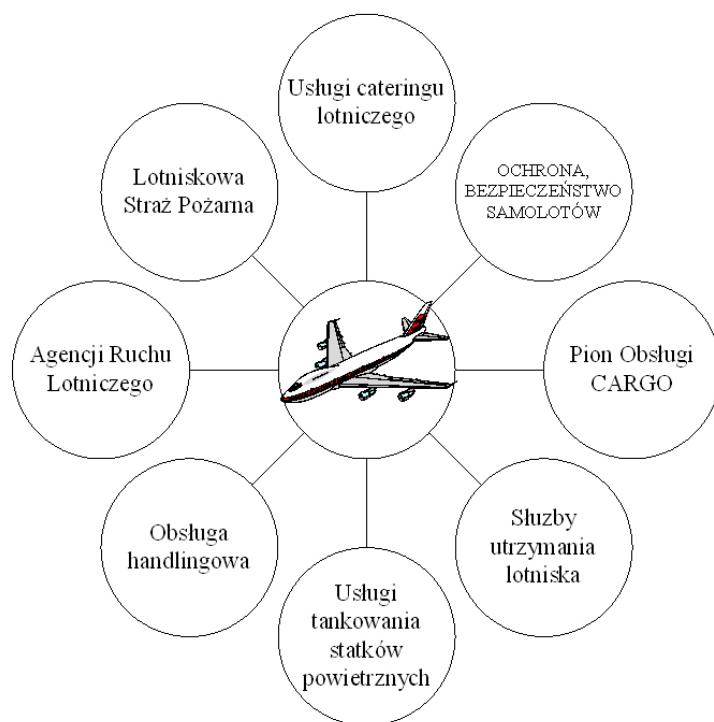
Ryc. 14. Przychody ze sprzedaży linii lotniczych na świecie (mld USD).

W transporcie lotniczym z punktu widzenia bezpieczeństwa przewozów pasażerskich ważne znaczenie odgrywają działania w obszarach przedstawionych na rycinie 16

Z punktu widzenia pasażerów i firm korzystających z usług przewozowych oraz lotniskowych (np. firm turystycznych, turystów, innych) istotne znaczenie odgrywają między innymi: usługi cateringu, Cargo czy obsługa handlingowa.



Ryc. 15. Wielkości przewozów lotniczych w ruchu regularnym na świecie w latach 2000-2004.



Ryc. 16. Podstawowe kierunki zabezpieczenia przewozów lotniczych

Usługi cateringu lotniczego świadczą wyspecjalizowane firmy, przygotowujące różnorodne menu: dania zimne i gorące, śniadania, lunche, obiady, a także posiłki specjalne, które pasażerowie mogą wybrać podczas rezerwacji biletu lotniczego. Zestawy odpowiadają różnym wyznaniom religijnym (np. koszerne, muzułmańskie), wskazaniom zdrowotnym (np. bezglutenowe, niskotłuszczowe) i upodobaniom kulinarnym pasażerów (np. wegetariańskie).

Usługi Cargo obejmują powierzchnie magazynowe oraz wynajmowanie pomieszczeń biurowych. W działalności magazynowania obowiązuje wysoki standard techniczny gwarantujący obsługę powierzonych przesyłek lotniczych w optymalnych warunkach. W kompleksach magazynowych występują pomieszczenia chłodnicze, których temperatura jest dostosowywana do indywidualnych potrzeb klientów i wiele magazynów przeznaczonych do obsługi przesyłek specjalnych takich, jak: żywe zwierzęta, kosztowności, poczta dyplomatyczna, materiały radioaktywne oraz wiele innych.

Obsługa handlingowa (m.in. załadunkiem i rozładunkiem bagażu, wyważaniem samolotów, transportem pasażerów po płycie lotniska, wypychaniem i holowaniem) zajmują się wyspecjalizowane firmy, które prowadzą obsługę płytową, czyli kompleksową obsługę naziemną samolotów w następujących obszarach działalności:

1. Planowanie załadunku i wyważanie samolotów.
2. Załadunek i rozładunek bagażu oraz frachtu, wypychanie i holowanie samolotów, transport pasażerów po płycie lotniska, odladanie samolotów, kompleksowa obsługa bagażu pasażerskiego, obsługa naziemna samolotu z wykorzystaniem specjalistycznego sprzętu handlingowego.
3. Sprzątanie i wyposażenie pokładów samolotów, a także obsługa samolotowej instalacji wodnej.
4. Odprawa pasażerów i bagażu w ruchu zagranicznym i krajowym.

W transporcie samochodowym (autokarowym) kluczowe znaczenie odgrywają postanowienia konwencji AETR² (ryc. 17). Poniżej omówiono najważniejsze jej regulacje.

2 Umowa AETR ma zastosowanie do każdego państwa, które przyjęło jej zasady, każdego międzynarodowego przewozu drogowego wykonywanego pojazdem zarejestrowanym na terytorium danej lub każdej strony umowy. Stronami umowy są 32 państwa europejskie, w tym Rosja, Litwa, Białoruś oraz kilka państw azjatyckich, byłych republik radzieckich. Polska ratyfikowała umowę dotyczącą pracy załóg pojazdów wykonujących międzynarodowe przewozy drogowo-zwaną AETR, w 1992 r. weszła w życie z **dniem 1 października 2002 r.**

OKRES PROWADZENIA POJAZDU

Całkowity czas kierowania pojazdami samochodowymi (autokarem) pomiędzy każdymi dwoma okresami dziennego odpoczynku lub między okresem dziennego i tygodniowego odpoczynku nie może przekroczyć dziewięciu godzin. Czas ten może być przedłużony dwukrotnie w każdym tygodniu do dziesięciu godzin. Kierowca musi wziąć tygodniowy okres odpoczynku po nie więcej niż sześciu dziennych okresach prowadzenia. Może on być odroczony do końca szóstego dnia, jeśli łączny czas prowadzenia w ciągu sześciu dni nie przekracza wielkości maksymalnej, odpowiadającej sześciu dziennym okresom prowadzenia. Całkowity okres kierowania pojazdami samochodowymi w każdym okresie dwutygodniowym nie może przekroczyć 90 godzin.

PRZERWY W PROWADZENIU POJAZDÓW

1. Po cztero i półgodzinnym okresie prowadzenia kierowcy przysługuje co najmniej 45-minutowa przerwa, chyba że zaczyna się czas odpoczynku.
2. Przerwa może być zastąpiona odpoczynkami trwającymi co najmniej piętnaście minut, rozłożonymi na czas prowadzenia lub bezpośrednio po tym okresie, zgodnie z punktem 1.
3. Podczas przerw kierowca nie może wykonywać innej pracy. Czas oczekiwania i czas niepoświęcony prowadzeniu, spędzony w pojeździe będącym w ruchu, na promie lub w pociągu, nie traktuje się jako „inna praca”.

W każdym tygodniu jeden z okresów odpoczynku przedłuża się jako odpoczynek tygodniowy do ogólnej liczby czterdziestu pięciu kolejnych godzin. Taki czas może być skrócony do minimum trzydziestu sześciu godzin w miejscu normalnej bazy pojazdu lub zamieszkania kierowcy albo może być zmniejszony do minimum dwudziestu czterech kolejnych godzin, jeśli jest odbierany gdzie indziej. Każde skrócenie będzie rekompensowane równoważnym okresem odpoczynku, odbieranym łącznie przed upływem trzeciego tygodnia następującego po tygodniu, którego dotyczy czas odpoczynku. Tygodniowy okres odpoczynku rozpoczynający się w jednym tygodniu i kontynuowany w następnym może być dołączony do któregośkolwiek z tych tygodni. Dzienny czas odpoczynku może być wykorzystany w pojeździe, jeżeli jest on wyposażony w miejsce do spania i znajduje się na postoju.

Przytoczone zasady mają wymiar kategoriyczny. W praktyce oznaczają, że planując imprezę turystyczną (wycieczkę autokarową) w pierwszej kolejności należy uwzględnić czas kierowania, a następnie do tak opracowanego harmonogramu dostosować program wycieczki. Na przykład, planując wycieczkę do określonego miejsca w odległości 2000 km od punktu rozpoczęcia wycieczki, należy uwzględnić następujące zagadnienia:

- średnią prędkość (np. 85 km/h),
- niezbędny czas kierowania ($2000 \text{ km} : 85 \text{ km} = \mathbf{23 \text{ h } 52 \text{ min}}$),
- maksymalny czas kierowania jednego kierowcy 9,
- liczba kierowców do obsługi zaplanowanej wycieczki ($23 \text{ h } 52 \text{ min} : 9 \text{ godzin} = \mathbf{2,61 \text{ kierującego}}$).

Ponieważ w cyklu 30-godzinnym każdy z kierowców musi odpocząć minimum osiem godzin, wystarczy zaplanować dwóch kierowców i podzielić trasę na dwa odcinki z noclegiem. Pozostała część trasy będzie realizowana po zakończeniu pierwszego cyklu jazdy. Bezwzględne przestrzeganie przedstawionych zasad jest gwarancją bezpieczeństwa w przewozach osób autokarami na dalekich trasach.

Zarządzanie informacjami to współcześnie domena zintegrowanych systemów informatycznych. Poniżej przedstawiono podstawowe cechy, które wyróżniają zintegrowane systemy zarządzania (ZSI).

1. Budowa modułowa, umożliwiająca ich etapowe instalowanie i wdrażanie.
2. Kompleksowość funkcjonalna, więc objęcie wszystkich sfer działalności techniczno-ekonomicznej przedsiębiorstwa, w tym również produkcji, która z reguły nie jest wspomagana przez systemy niższych klas.
3. Zaawansowanie merytoryczne, czyli przejście na poziom informacyjno-decyzyjny, wbudowanie mechanizmów swobodnej ekstrakcji danych,

- wariantowania, optymalizacji, prognozowania, a także oparcie systemów na koncepcjach takich, jak: zarządzanie logistyczne tzw. rozszerzonym łańcuchem dostaw z realizacją zamówień w czasie oczekiwanym, sterowanie produkcją zgodnie ze standardami MRP II i ERP, kompleksowe zarządzanie jakością zgodnie z ideami TQM oraz standardami ISO 900x.
4. Wysoki stopień integracji procedur i danych zarówno wewnątrz poszczególnych modułów, jak i w połączeniach międzymodułowych.
 5. Orientacja procesowa, czyli przygotowanie systemu do kompleksowej obsługi informacyjnej poszczególnych procesów gospodarczych, a nieokreślonych elementów struktury organizacyjnej przedsiębiorstwa.
 6. Skalowalność, więc zdolność do zwiększania zakresu funkcjonalnego i informacyjnego systemu oraz jego parametrów eksploatacyjnych w miarę wzrostu potrzeb i wymagań użytkującego go przedsiębiorstwa.
 7. Elastyczność strukturalna i funkcjonalna systemu, umożliwiająca nie tylko maksymalne dostosowanie środowiska programowego do charakterystyk przedsiębiorstwa podczas pierwotnej instalacji systemu, ale również pozwalająca na jego dynamiczne dopasowywanie do zmieniających się wymagań i potrzeb użytkowników.
 8. Otwartość na otoczenie informacyjne, czyli zdolność rozszerzania aplikacji o nowe moduły oraz tworzenia interfejsów do systemów zewnętrznych; szczególnie jest ona widoczna w ostatnich latach, gdy z jednej strony tzw. systemy bazowe są rozbudowywane o kolejne moduły funkcjonalne (m.in. rozwiązania SCM i CRM), z drugiej zaś „otwierają” się na dynamicznie rozwijającą się sferę gospodarki elektronicznej.
 9. Ograniczona liczba sprzedanych i eksploatowanych w kraju systemów, z których zdecydowana większość to rozwiązania światowe (czyli opracowane przez wytwórców znanych na rynku międzynarodowym).
 10. Wysoka ceną zakupi licencji (od kilkudziesięciu tysięcy do kilkumilionów złotych za wielomodułowy system w konfiguracji przeznaczonej dla kilkudziesięciu równoległych pracujących użytkowników), z zauważalną ostatnio tendencją do jej spadku.
 11. Długi na ogół cykl życia systemów, związany z jednej strony ze wskazanymi znacznymi kosztami takiej inwestycji oraz trwającym od 12 do 36 miesięcy cyklem implementacyjno-wdrożeniowym (Niedzielska 2002, s. 310-311).

W tym zakresie w firmach turystycznych wykorzystywane są różne rozwiązania oraz systemy informatyczne. Można więc wymienić START, system „alltrim” oraz zaawansowane Zintegrowane Systemy Informatyczne (ZSI) – CRM.

Komputerowy system rezerwacji (START) umożliwia integrowanie funkcji rezerwacji w turystyce z uwzględnieniem połączeń lotniczych, morskich, autokarowych i innych. Wśród jego zalet można wymienić: nieograniczony czas pracy, dostępność do systemu, krótki czas uzyskiwania informacji, szybkie rozpowszechnianie wiadomości o ofertach turystycznych, duże walory przetwarzania znacznej liczby informacji na potrzeby odbiorcy informacji.

System „alltrim” składa się z następujących elementów składowych:

- moduł programu obsługi gastronomii GASTRO,
- moduł Gastro Szef,
- moduł obsługi hotelowej CHART.

Moduł GASTRO jest typowym programem obsługi zaplecza restauracji, który współpracuje z kasami rejestrującymi różnych typów. Pozwala on w precyzyjny sposób rozliczyć całą działalność gastronomiczną, wykonując następujące funkcje: wydruk faktur VAT, współpraca z systemami hotelarskimi, realizacja płatności w recepcji, kontynuowanie rachunku przez nieograniczony okres, np. cały miesiąc, mimo zerowania kas, natychmiastowa współpraca z programem GASTRO i bieżąca kontrola stanów magazynowych, wprowadzenie kart płatniczych umożliwiających bezgotówkowe operacje w całym lokalu itp.

Gastro Szef. Moduł jest przeznaczony do prowadzenia gospodarki magazynowej w firmach gastronomicznych, który z jednej strony umożliwia wprowadzanie wszelkich dokumentów magazynowych związanych z przychodami surowców, a z drugiej strony generuje dokumenty sprzedaży, na podstawie których prowadzone są rozchody surowców z wykorzystaniem receptur.

Gastro POS - program dający możliwość szerokiej konfiguracji sprzedaży, systemów rabatów dla stałych klientów, umożliwiający raportowanie archiwalnej sprzedaży, wystawianie faktur VAT, a także umożliwiający współpracę z wieloma urządzeniami: drukarkami fiskalnymi, zamówieniami i rachunkami, wagami, czytnikami kart magnetycznych i zbliżeniowymi, czytnikami kodów kreskowych, dozownikami alkoholi, bonownikami zdalnymi.

Moduł CHART to zbiór programów służących do wszechstronnego administrowania pracą hotelu, który może pracować w wersji jednostanowiskowej i sieciowej. System składa się z następujących modułów i programów:

- konfiguracja hotelu,
- recepcja, zestawienia,
- archiwizacja danych,
- centrum.

Program Konfiguracja Hotelu umożliwia ustawienie rozmieszczenia pokoi na piętrach hotelu, przyporządkowanie im określonego standardu i wyposażenia,

tak aby program hotelowy pracował w konfiguracji odpowiedniej do potrzeb danego hotelu.

Moduł recepcja zastępuje tradycyjną książkę meldunkową hotelu. W momencie wymeldowania gościa umożliwia automatyczne rozliczanie za pobyt, wykonane rozmowy telefoniczne i dodatkowe usługi świadczone w hotelu.

Program hotelowy umożliwia meldowanie i wymeldowywaniu gości, wykonując za recepcjonistę wiele operacji. Ma możliwość współpracy z programem magazynowym GASTRO SZEFE, co pozwala na przekazywanie do programu recepcyjnego listy towarów sprzedawanych w recepcji hotelu, a następnie monitorowanie tej sprzedaży (aktualizacja stanów magazynowych).

Archiwizacja danych służy do:

- sprawdzania czy dany gość był już kiedykolwiek zameldowany w hotelu,
- przechowywania informacji o wszystkich meldunkach w hotelu,
- przechowywania danych o wszystkich rachunkach wystawionych w hotelu,
- przechowywania danych o wszystkich dowodach wpłaty i dowodach wypłaty wystawionych w hotelu.

Program CHART współpracuje z centralami, które po wykonaniu połączenia wychodzącego przez abonenta wysyłają rekord taryfikacyjny na łącznie drukarkowe. Rekord taki musi zawierać następujące informacje:

- godzinę rozpoczęcia (zakończenia) rozmowy,
- datę rozmowy,
- czas trwania rozmowy,
- numer wybierany (docelowy),
- numer abonenta wykonującego rozmowę,
- koszt rozmowy lub ilość.

CRM (Customer Relationship Management; ang. zarządzanie relacjami z klientami) – system informatyczny do zarządzania kontaktami z klientami, łączący funkcję marketingu, analizy i automatyzacji sprzedaży. Rozumiany szerzej jest sposobem budowania strategii marketingowych na podstawie badań zadowolenia i lojalności klientów, co ma przynieść zwiększenie korzyści długoterminowych (Jednaka 2002, s. 110).

Systemy klasy CRM są informatycznym narzędziem wspomagającym kreowanie stałych więzi z klientem. Długotrwałe związki z klientem przynoszą lepsze poznanie jego potrzeb i owocują przeniesieniem współpracy z oficjalnej na opartą na wspólnych wartościach, najczęściej przyjaźni i zaufania. Wyrafinowani klienci oczekują od firm społecznego podejścia, wsparcia i zrozumienia dla

spraw publicznych, a także szczerości w działaniach. Chętniej są lojalni wobec firm, które popierają wyznawane przez nich wartości. Na produkty i usługi patrzą przez pryzmat opinii o firmie, gdyż ona warunkuje ich decyzje. Takie podejście zapewnia satysfakcję klienta, natomiast klient usatysfakcjonowany to bardziej lojalny, a dzięki klientom lojalnym firma może generować większą sprzedaż i osiągnąć niższe koszty operacyjne. Rozwiązania CRM opierają się na tradycyjnych i nowoczesnych, teleinformatycznych kanałach komunikacyjnych i synchronizują informacje o kliencie pochodzące z różnych systemów instytucji. Gromadzona nieustannie wiedza o kliencie pomaga podejmować właściwe decyzje oraz opracować odpowiednie strategie rynkowe. Oprogramowanie CRM poprzez zautomatyzowanie zarządzania kontaktami z klientami realizuje główne zadania:

- indywidualizacja obsługi masowego klienta,
- minimalizacja kosztów związanych z obsługą klienta,
- zapewnienie lojalności klientów.

Należy podkreślić, że system CRM tworzą pracownicy, a nie program informatyczny. CRM jest jednocześnie koncepcją zarządzania przedsiębiorstwem i instytucją opartą na doskonałej znajomości klientów i dostosowaniu działań organizacji i produktów do ich potrzeb (Jednaka 2002, s. 110).

W aspekcie omówionych rozwiązań informatycznych, w firmie turystycznej ważne znaczenie odgrywają systemy zintegrowane. Mają one wpływ na optymalizowanie działań i procesów występujących w tych przedsiębiorstwach także w zakresie logistyki.

WNIOSKI

1. Logistyka może być postrzegana jako dyscyplina naukowo-badawcza wspierająca oraz wzmagająca procesy integracyjne przedsiębiorstw turystycznych.
2. Logistyka dostarcza metody pozwalające na optymalizację procedur i procesów występujących w turystyce.
3. Z analizy działalności firm turystycznych wynika potrzeba wprowadzenia systemów logistycznych umożliwiających skuteczniejsze ich funkcjonowanie.
4. Modelem dla polskich firm turystycznych może być koncepcja touroperatorów, z której wynikają wysokie wymagania stawiane również logistyce.

5. W branży turystycznej wyłania się model przedsiębiorstwa wielobranżowego, np. zajmującego się działalnością turystyczną, przewozową oraz consultingową, co oznacza systemowe podejście do logistyki przedsiębiorstwa turystycznego.

SUMMARY

LOGISTICS IN TOURISM – THEORY AND PRACTICE

The main aim of this paper is to present the applications of logistics in tourism, pointing to its theoretical and practical dimensions. The theoretical part contains selected definitions of the term 'logistics', the meaning of which remains in a cause and effect relation to the essence of tourism. The practical part discusses the following issues: a systemic approach to logistics in tourist companies, hotel services in the context of logistic processes and the applications of logistics in hotels, model solutions of hotel logistics and the effects of logistics on economic processes and the tour operators' sector.

It should also be emphasized that the author, on the basis of a conducted analysis, worked out and presented in this paper, a model of a logistic chain of a tourist company, stressing its practical and universal applications. Subsequent parts of the paper focus on the issues regarding the assumptions underlying the AETR convention and having a significant impact on the safety of coach transportation of people and the possibility of using computer systems to support the business activity of tourist companies, such as: START, the 'alltrim' system and advanced Integrated Computer Systems – CRM. The conclusions concentrate on the special importance of logistics in tourism.

BIBLIOGRAFIA

1. Abt S. (1996): Zarządzanie logistyczne. TNOiK, Poznań.
2. Abt S. (1998): Zarządzanie logistyczne w przedsiębiorstwie. PWE, Warszawa.
3. Abt S. (2000): Logistyka w teorii i praktyce. AE, Poznań.
4. Bak D. (1992): Rozwój logistyki w Wielkiej Brytanii. Probl. Magaz. Transp. (zeszyt specjalny).
5. Gęsicki Ł., Gęsicki M. (2001): Słownik terminów ekonomiczno-prawnych. Agen. Wyd. Infrart, Łódź.
6. Gołębska E., Szymczak M. (2000): Logistyka międzynarodowa. AE, Poznań.
7. Jednaka A. (2002): CRM-zarządzanie kontaktami z klientami. Wyd. Helion, Gliwice.
8. Korzeniowski A. (1997): Zarządzanie gospodarką magazynową. PWE, Warszawa.

9. Krawczyk S. (2001): Zarządzanie procesami logistycznymi. PWE, Warszawa.
10. Łazarek R. (1999): Ekonomia turystyki. WSE, Warszawa.
11. Niedzielska E. (2002): Informatyka ekonomiczna. AE, Wrocław.
12. Pfohl H. C. (2001 a): Systemy logistyczne. Bibl. Logist., Poznań.
13. Pfohl H. C. (2001 b): Systemy logistyczne. Bibl. Menedż., Poznań.
14. Rapacz A. (1994): Przedsiębiorstwo turystyczne. PWN, Warszawa.
15. Ustawa o usługach turystycznych z dnia 29 sierpnia 1997 r. oraz z dnia 5 marca 2004 r. o zmianie ustawy o usługach turystycznych.

DR ANDRZEJ WARTECKI
WWSTiZ w Poznaniu
e-mail: wartek@interia.pl