

Spis treści

Wprowadzenie	7
 Rozdział 1	
Zastosowanie technologii informatycznych w dystrybucji usług turystycznych	11
1.1. Rozwój technologii informatycznych i ich zastosowanie w dystrybucji usług	11
1.1.1. Fazy rozwoju technologii informatycznych	12
1.1.2. Podstawowe pojęcia związane z Internetem	18
1.1.3. Pojęcia elektronicznych kanałów dystrybucji i ich elementy	22
1.2. Przesłanki wykorzystywania Internetu i technologii internetowych w dystrybucji produktów turystycznych	25
1.2.1. Przesłanki po stronie konsumentów	25
1.2.2. Przesłanki po stronie producentów podstawowych usług turystycznych	27
1.2.3. Przesłanki po stronie pośredników	31
 Rozdział 2	
Ewolucja zastosowania technologii informatycznych w systemach dystrybucji usług turystycznych	33
2.1. Komputerowe systemy rezerwacyjne	34
2.2. Komputerowe systemy dystrybucji	36
2.3. Globalne systemy dystrybucji	40
2.4. Rozwój internetowych systemów dystrybucji w turystyce	43
 Rozdział 3	
Internet a zachowania nabywcze konsumentów produktów turystycznych	49
3.1. Czynniki wpływające na korzystanie z Internetu przez konsumentów	49
3.1.1. Użyteczność Internetu w procesie selekcji i zakupu produktu turystycznego	49

3.1.2. Dostęp do Internetu	53
3.1.3. Uwarunkowania prawne i bezpieczeństwo transakcji internetowych	56
3.2. Gotowość do użytkowania Internetu („E-readiness”)	62
3.3. Wykorzystanie Internetu w dystrybucji produktów turystycznych	64
3.3.1. Wykorzystanie internetowych kanałów dystrybucji dla pozyskiwania informacji	64
3.3.2. Wykorzystanie Internetu w rezerwacjach produktu turystycznego i płatnościach	67

Rozdział 4

Wykorzystanie Internetu w dystrybucji produktu turystycznego przez producentów usług turystycznych	74
4.1. Rynek linii lotniczych	74
4.1.1. Ekonomiczne aspekty wykorzystania Internetu w dystrybucji w sektorze linii lotniczych	74
4.1.2. Wykorzystanie internetowych kanałów dystrybucji w sektorze linii lotniczych	86
4.2. Rynek hotelowy	91
4.2.1. Ekonomiczne aspekty dystrybucji w sektorze hotelowym	91
4.2.2. Wykorzystanie internetowych kanałów dystrybucji w sektorze hotelowym	93

Rozdział 5

Wykorzystanie internetowych systemów dystrybucji przez pośredników w turystyce	100
5.1. Rynek touroperatorów	100
5.1.1. Ekonomiczne aspekty dystrybucji w działalności touroperatorów	100
5.1.2. Wykorzystanie internetowych systemów dystrybucji przez touroperatorów	105
5.2. Rynek agencji turystycznych	109
5.2.1. Tradycyjne agencje turystyczne	110
5.2.2. Internetowe biura podróży	114
5.3. Globalne systemy dystrybucji (GDS)	117
5.3.1. Charakterystyka działalności GDS	117
5.3.2. Prawne i ekonomiczne aspekty działalności GDS	119

Rozdział 6

Wpływ Internetu na rynek turystyczny	123
6.1. Analiza sektora touroperatorów	124
6.2. Analiza sektora tradycyjnych agencji turystycznych	130
6.3. Analiza sektora globalnych systemów dystrybucji	135
6.4. Analiza sektora pośredników nowego typu	139
Zakończenie	145
Bibliografia	149