



**ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ
ΙΔΡΥΜΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ**

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

**ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ
ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ:

**ΚΑΝΑΛΙΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ – ΜΕΛΕΤΗ
ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ AMADEUS**

Όνοματεπώνυμο Φοιτητών: Χρυσοχοΐδης Νικόλαος
Σιγγιρίδης Κωνσταντίνος

A.M.: 063/08
064/10

Εισηγητής: κ. Κασσιανίδης Παναγιώτης

Θεσσαλονίκη Φεβρουάριος 2019

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Σελίδες

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	4
ABSTRACT	5
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	
1.1 Σχετικοί Ορισμοί.....	10
1.2 Έννοια του όρου Παγκόσμια Κανάλια Διανομής.....	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	
2.1 Τρόπος Λειτουργίας των Καναλιών Διανομής.....	16
2.2 Υπηρεσίες που προσφέρουν τα Κανάλια Διανομής.....	19
2.3 Σημαντικότερα πλεονεκτήματα των Καναλιών Διανομής.....	20
2.4 Σημαντικότερα μειονεκτήματα των Καναλιών Διανομής.....	24
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	

3.1 Amadeus.....	28
3.2. Το σύστημα Amadeus Rail.....	32
3.3. Το σύστημα Amadeus Cruise.....	34
3.4. Το σύστημα Amadeus Ferry.....	36
3.5. Το σύστημα Amadeus Cars Reservation.....	38
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.....	
4.1 Τα Παγκόσμια Κανάλια Διανομής στην Ελλάδα.....	41
4.2 Η Χρήση των Παγκόσμιων Καναλιών Διανομής στις Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις.....	44
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5.....	
5.1 Η μελλοντική εξέλιξη των Παγκόσμιων Καναλιών Διανομής στον τουριστικό τομέα.....	48
ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....	51
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	53
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	54
WEBSITES.....	55

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η εξάπλωση των εφαρμογών της σύγχρονης πληροφορικής αποτελεί ένα σημαντικό παράγοντα στη διαμόρφωση του τουριστικού προϊόντος.

Η πολυπλοκότητα και η τυποποίηση των παραγωγικών διαδικασιών του ταξιδιού σε συνάρτηση με την πολυσύνθετη δομή του τουριστικού κλάδου, συντέλεσε σε μεγάλο βαθμό στην δημιουργία και ανάπτυξη των διαφόρων συστημάτων κρατήσεων.

Αποδεσμευμένα από το παραπάνω κοινωνιολογικό συμβολισμό, τα κανάλια διανομής τουριστικών προϊόντων αποτελούν έναν απαραίτητο διάμεσο επικοινωνίας για τις αεροπορικές εταιρίες και τον πελάτη και ως υπαρκτός δίαυλος επικοινωνίας της τουριστικής βιομηχανίας συμβάλλουν στην αναπτυξιακή διάρθρωση του τουρισμού και της οικονομίας της χώρας.

Σκοπός της παρούσας εργασίας, είναι να τονιστεί ο ρόλος του Amadeus, ως τεχνολογία, της οποίας οι λύσεις διανομής και πληροφορικής επιτρέπουν τη διασύνδεση όλων των στοιχείων του τουρισμού, παρέχοντας έτσι ένα αποτελεσματικό επιχειρησιακό σύστημα και μοναδικές τουριστικές υπηρεσίες στους τελικούς χρήστες - τουρίστες. Στην συνέχεια θα μελετήσουμε το προφίλ της εταιρίας καθώς και την θέση του Amadeus στην Ελλάδα.

ABSTRACT

The spread of the applications of modern information technology is an important factor in shaping the tourism product.

The complexity and standardization of production processes travel in connection with the complex structure of the tourism industry, contributed greatly to the creation and development of various reservation systems.

Unchained from the above sociological symbolism, tourism product distribution channels are an essential communication median for airlines and the customer and as an actual communication channel of the tourism industry contribute to tourism development and structure of the economy.

The purpose of this paper is to highlight the role of Amadeus as a technology whose distribution and IT solutions allow the interconnection of all elements of tourism, thus providing an efficient business system users and unique tourist services to end users - tourists. Then we will study the company profile as well as the position of Amadeus in Greece.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η επέκταση του τουριστικού φαινομένου διαπιστώνεται από την συνεχή αύξηση του αριθμού των τουριστών, η οποία κατατάσσει τον τουρισμό ως ένα φαινόμενο δυναμικό στη φύση του/ Δημιουργώντας καινούργιες μορφές τουρισμού και προορισμών, καθώς και εξελίσσοντας παλαιότερες, μας δείχνει την πραγματική φύση και υπόσταση του φαινομένου αυτού. Η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας έχει δώσει ένα νέο νόημα στον όρο «παγκόσμια αγορά», καθώς στην σημερινή εποχή, πέρα από εφικτό είναι συνήθως και αρκετά εύκολο να φτάσουμε σε απομακρυσμένους προορισμούς, που κάποτε θα θεωρούταν ανέφικτο.

Τα πρώτα διεθνή στατιστικά από το 1950, μας δίνουν μια εικόνα 25 εκ. τουριστών, των οποίων οι τουριστικές αποδείξεις έφτασαν συνολικά στα 2 εκ. δολάρια. Πλέον, σύμφωνα με το WTTC, συνεισφέρει σχεδόν 6 τρις. Δολάρια τον χρόνο, συνεισφέροντας 9% στο ακαθάριστο προϊόν παγκοσμίως και προσφέροντας περίπου 260 εκ. θέσεις εργασίας. Από αυτό μπορούμε να ασφαλώς να αντλήσουμε το συμπέρασμα ότι μέσα σε λιγότερο από έναν αιώνα, ο τουρισμός έχει ξεφύγει από το στάδιο της σχετικής ανωνυμίας σε ένα παγκόσμιο φαινόμενο το οποίο συνεισφέρει έμπρακτα στο εθνικό εγχώριο προϊόν των χωρών που ασχολούνται με το φαινόμενο αυτό.

Στην σύγχρονη εποχή, όλες οι εμπλεκόμενες επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται άμεσα ή έμμεσα στον ευρύτερο χώρο του τουρισμού, έχουν σαν κύρια επιδίωξη την καλύτερη δυνατή ποιότητα στην διακίνηση και επεξεργασία όλων των παρεχόμενων πληροφοριών.

Θεωρείται πλέον αδύνατο να λειτουργεί ο τουριστικός κλάδος χωρίς την απαραίτητη πληροφορική υποστήριξη, τόσο εσωτερικά στις διάφορες επιμέρους επιχειρήσεις του κλάδου, όσο και εξωτερικά για την μεταξύ τους δικτυακή διασύνδεση και ηλεκτρονική διανομή του τουριστικού προϊόντος.

Το ξεκίνημα του 21ου αιώνα, σηματοδοτείται από ραγδαίες εξελίξεις στο χώρο της τεχνολογίας και των τηλεπικοινωνιών, οι οποίες επηρεάζουν άμεσα τον ευρύτερο χώρο του τουρισμού.

Η χρήση των νέων τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών, οφείλεται σε πολύ μεγάλο ποσοστό στις πολύπλοκες και τυποποιημένες διαδικασίες, καθώς επίσης και στην πολυσύνθετη δομή του κλάδου, ο οποίος περιλαμβάνει επιχειρήσεις, διαφόρων κατηγοριών και μεγέθους, με έντονο χαρακτηριστικό την υψηλή γεωγραφική διασπορά τους στο χώρο και την μεγάλη απόσταση από τον καταναλωτή.

Αναμφισβήτητα, η χρήση των νέων τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών, συμβάλει στη βελτίωση της απόδοσης και της παραγωγικότητας και επιπλέον δημιουργεί σημαντικές ευκαιρίες σε όλες τις εμπλεκόμενες τουριστικές επιχειρήσεις για αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών και παράλληλα συντελεί άμεσα στη δημιουργία και στην ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, χαρακτηριστικό που μπορεί να οδηγήσει στην απόκτηση στρατηγικού πλεονεκτήματος έναντι των ανταγωνιστών στο χώρο του τουρισμού.

Ιστορικά η πρώτη χρήση καναλιών διανομής τουριστικών προϊόντων ήταν με την μορφή συστημάτων – δικτύων ηλεκτρονικών κρατήσεων (Computerized Reservation Systems – C.R.S) τα οποία είχαν αναπτυχθεί από αεροπορικές εταιρίες. Με την πάροδο του χρόνου τα C.R.S εξελίχθηκαν σε Global Distribution Systems (G.D.S) τα οποία ήταν μεγάλα συστήματα – δίκτυα γενικής διανομής καθένα από τα οποία μπορούσε πλέον να παρέχει την δυνατότητα κράτησης θέσεων όχι μόνο της ιδιοκτήτριας εταιρίας αλλά και όλων των άλλων αεροπορικών εταιριών που πραγματοποιούσαν πτήσεις μεταξύ των ζητούμενων από των πελάτη προορισμών. Στα παραπάνω μεγάλα συστήματα αργότερα συνδέθηκε μια σειρά από συστήματα παροχής ξενοδοχειακών υπηρεσιών (Hotel Distribution Systems – H.D.S) τα οποία είχαν αναπτυχθεί αυτόνομα και στην συνέχεια μια σειρά συστημάτων ενοικίασης αυτοκινήτων.

Τα προαναφερθέντα G.D.S αποτελούν πλέον αυτόνομες επιχειρήσεις με υψηλά έσοδα, τα οποία προέρχονται από τα ποσοστά που εισπράττουν επί όλων των πραγματοποιούμενων μέσω αυτών κρατήσεων.

Ένα απο τα κυριότερα αυτα συστήματα σήμερα, είναι το Amadeus.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1.1 Σχετικοί Ορισμοί

1.2 Έννοια του όρου Παγκόσμια Κανάλια Διανομής

Κεφάλαιο 1

1.1 Σχετικοί Ορισμοί

Πριν ξεκινήσουμε να μελετάμε το σύστημα Amadeus, πρέπει να αναφερθούμε σε ένα σύνολο ορισμών σχετικών με το συγκεκριμένο σύστημα.

International Air Transport Association – IATA

Η Διεθνής Ένωση αερομεταφορών είναι ένας διεθνής μη κρατικός οργανισμός αερομεταφορών που συνεργάζεται με τις αεροπορικές εταιρίες – μέλη και τον κλάδο των αεροπορικών μεταφορών στο σύνολο του για την προώθηση ασφαλών, αξιόπιστων και οικονομικών αεροπορικών ταξιδιών προς όφελος των καταναλωτών στον κόσμο. Οι αεροπορικές εταιρίες – μέλη της IATA σήμερα ξεπερνάνε τις 270 και αποτελούν το 84% της συνολικής κίνησης στον αέρα.

Societe Internationale de Telecommunications Aeronautiques – SITA

Η SITA είναι ένας οργανισμός που ιδρύθηκε το 1949 από 11 μεγάλες αεροπορικές εταιρίες (Air France, KLM, Swiss Air κ.α.) με σκοπό την

εξυπηρέτηση των αναγκών τηλεπικοινωνίας του διεθνούς τομέα των αεροπορικών εταιριών. Το 1995, η SITA κατείχε και διαχειριζόταν το μεγαλύτερο παγκόσμιο δίκτυο δεδομένων, παρέχοντας σύνδεση σε 40.000 χρήστες σε 213 χώρες.

Πλέον η SITA εξυπηρετεί περίπου 450 μέλη σε όλο τον κόσμο. Στα μέλη της περιλαμβάνονται αεροπορικές εταιρείες, αεροδρόμια, εταιρείες αεροδιαστημικής, G.D.S, οργανώσεις διαχείρισης της εναέριας κυκλοφορίας, επιχειρήσεις εμπορευματικών αερομεταφορών, κυβερνήσεις και διεθνείς οργανισμοί.

Fare Basis Code - Κωδικός υπολογισμού ναύλου

Ο κωδικός που χρησιμοποιείται από την αεροπορική εταιρεία για να αναγνωρίζει ένα συγκεκριμένο ναύλο. Ο κάθε κωδικός αρχίζει με ένα γράμμα που ονομάζεται κωδικός κράτησης ο οποίος αντιπροσωπεύει τον τύπο του εισιτηρίου και του ναύλου και ακολουθείται από προαιρετικά γράμματα και ψηφία που αντιπροσωπεύουν ένα συγκεκριμένο σύνολο κανόνων ναύλου, για παράδειγμα, πόσες ημέρες πριν το εισιτήριο πρέπει να γίνει κράτηση, διάφορες εκπτώσεις κλπ.

E-ticket

Πρόκειται για ένα ψηφιακό εισιτήριο, αντίγραφο του οποίου αποθηκεύεται ηλεκτρονικά στο σύστημα της αεροπορικής εταιρίας.

Η ηλεκτρονική έκδοση εισιτηρίων είχε πρωτοεμφανιστεί στην αεροπορική βιομηχανία περίπου το 1994 και από τότε έχει αντικαταστήσει σε μεγάλο

βαθμό την χειρόγραφη μέθοδο έκδοσης εισιτηρίων. Τον Ιούνιο του 2008 η IATA κατέστησε την ηλεκτρονική έκδοση εισιτηρίων υποχρεωτική για όλα τα μέλη της.

Computer Reservation System – C.R.S

Τα C.R.S είναι ηλεκτρονικά συστήματα κρατήσεων τα οποία περιέχουν πληροφορίες σχετικά με αεροπορικά ταξίδια και προϊόντα που σχετίζονται με αυτά και χρησιμοποιούνται για την πώληση αυτών των προϊόντων.

Τα G.D.S αποτελούν την εξέλιξη των C.R.S. Ένα C.R.S παρέχει πληροφορίες για τους ναύλους μόνο της αεροπορικής εταιρίας που το κατέχει, ενώ ένα GDS παρέχει πληροφορίες για του ναύλους όλων των εταιρειών.

Hotel Distribution System – H.D.S

Ένα HDS είναι ουσιαστικά ένα GDS που έχει σχεδιαστεί αποκλειστικά για τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις. Στον πυρήνα του υπάρχει ένα μεγάλο υπολογιστικό σύστημα που συχνά περιλαμβάνει διάφορους super servers. Αυτοί οι servers μπορούν να παρέχουν ορισμένες επιχειρησιακές λειτουργίες σε ξενοδοχεία που έχουν πρόσβαση στο HDS μέσω on-line τερματικών. Εκτός από αυτά, τα HDS συνδέονται και με άλλα ξενοδοχεία που έχουν το δικό τους σύστημα κρατήσεων καθώς επίσης και με τα μεγάλα GDS.

1.2 Έννοια του όρου Παγκόσμια Κανάλια Διανομής

Τα Παγκόσμια Κανάλια Διανομής (Global Distribution Channels) διανέμουν κρατήσεις και υπηρεσίες σε όλο τον κόσμο.

Τα G.D.S είναι στην ουσία εταιρίες οι οποίες ανήκουν σε κάποιους φορείς τουρισμού και μοιράζονται το ίδιο ενδιαφέρον.

Τα μεγαλύτερα G.D.S ανήκουν σε αεροπορικές εταιρίες και παρέχουν στους χρήστες της διάφορους συνδυασμούς με προμηθευτές ταξιδιών και άλλες σχετικές ταξιδιωτικές υπηρεσίες.

Σήμερα, τα G.D.S διανέμουν τις κρατήσεις και τα πληροφοριακά συστήματα σε ταξιδιωτικούς πράκτορες χρησιμοποιώντας μεγάλο τεχνολογικό εξοπλισμό. Με λίγα λόγια, τα G.D.S είναι ένας συνδυασμός από ενδοαυτόνομους οργανισμούς που εμπλέκονται στην διαδικασία να παράγουν ένα προϊόν ή μία υπηρεσία για χρήση είτε από τους καταναλωτές είτε από επιχειρηματίες.

Το τερματικό G.D.S χρησιμοποιείται για να εξηγήσει το σύστημα που οι ταξιδιωτικοί πράκτορες χρησιμοποιούν για να κλείνουν αεροπορικές θέσεις για του πελάτες τους. Τα περισσότερα G.D.Ss ανήκουν στις ίδιες τις αεροπορικές εταιρίες και οι περισσότεροι ταξιδιωτικοί πράκτορες συνδέονται σε ένα από τα τέσσερα μεγαλύτερα G.D.S.

Η τεχνολογία των G.D.S όμως χρησιμοποιείται και στην ξενοδοχειακή βιομηχανία διανέμοντας στους ταξιδιωτικούς πράκτορες και στους καταναλωτές υπηρεσίες διανυκτέρευσης σε ξενοδοχεία.

Η επικοινωνία των ξενοδοχείων με τους ταξιδιωτικούς πράκτορες γινόταν μέσω των αεροπορικών G.D.S Αυτό σήμαινε αυτόματα περαιτέρω

πρόκληση για τα ξενοδοχεία αφού για να επικοινωνήσουν με διάφορα παγκόσμια ταξιδιωτικά πρακτορεία όφειλαν πρώτα να επικοινωνήσουν με διάφορα κανάλια διανομής G.D.S. Το πρόβλημα είναι πως κάθε G.D.S διαθέτει διαφορετικές ενδοεπικοινωνιακές απαιτήσεις που ανάγουν αυτές τις προσπάθειες επικοινωνίας των ξενοδοχείων σε πολυδάπανες δραστηριότητες. Για να αντιμετωπιστεί αυτός ο επιζήμιος, για τα ξενοδοχεία, δίαυλος επικοινωνίας, συσπειρώθηκαν τα ξενοδοχεία και δημιούργησαν έναν προσωπικό ιδιότυπο τύπο G.D.S.

Κάθε G.D.S τροφοδοτείται από έναν μεγάλο υπολογιστή mainframe που εκτελεί πολλές από τις λειτουργίες του τελικού χρήστη που παραδίδονται στους ταξιδιωτικούς πράκτορες που χρησιμοποιούν υπολογιστικά τερματικά. Τα G.D.S χρησιμοποιούν μια συνεταιριστική αρχιτεκτονική επεξεργασίας κατά την οποία ορισμένες λειτουργίες οδηγούνται απευθείας από τον υπολογιστή G.D.S και ορισμένες ελέγχονται από τα C.R.S της αεροπορικής εταιρείας που επιλέγεται από τον τελικό χρήστη.

Τα περισσότερα G.D.S έχουν τις δικές τους μεγάλες βάσεις δεδομένων οι οποίες χρησιμοποιούνται κυρίως για την δημιουργία ευρετηρίου αλλά και τον έλεγχο των αρχείων κράτησης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

2.1 Τρόπος λειτουργίας των Καναλιών Διανομής

2.2 Υπηρεσίες που προσφέρουν τα Κανάλια Διανομής

2.3 Σημαντικότερα πλεονεκτήματα των Καναλιών
Διανομής

2.4 Σημαντικότερα μειονεκτήματα των Καναλιών
Διανομής

Κεφάλαιο 2

2.1 Τρόπος Λειτουργίας των Καναλιών Διανομής

Για την λειτουργία ενός G.D.S είναι απαραίτητο να υπάρχει έστω ένα τερματικό G.D.S το οποίο θα έχει κάποια διεύθυνση τερματικού (Terminal Address), έτσι ώστε το κεντρικό G.D.S. να γνωρίζει πώς να επικοινωνεί με το κάθε τερματικό.

Η αρχική μορφή των τερματικών παρέχονταν από τον κάθε πωλητή των GDS και ήταν απλοί ηλεκτρονικοί υπολογιστές, τα οποία ως βασική λειτουργία είχαν να στέλνουν και να λαμβάνουν διάφορες πληροφορίες. Με την πάροδο του χρόνου, και συγκεκριμένα μετά το 1992, σύμφωνα με την νομοθεσία του Υπουργείου Μεταφορών των Η.Π.Α., οι ταξιδιωτικοί πράκτορες έχουν τη δυνατότητα να χρησιμοποιούν διαφορετικούς υπολογιστές από εκείνους που τους παρέχονται από τους πωλητές των GDS. Στην Ευρώπη επίσης, οι ταξιδιωτικοί πράκτορες μπορούν να χρησιμοποιούν τον εξοπλισμό που θέλουν.

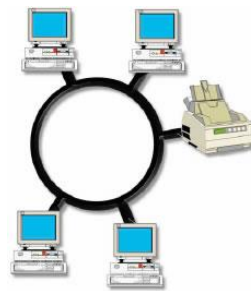
Αποτέλεσμα αυτών είναι οι παρεχόμενες τεχνικές υπηρεσίες των εταιρειών των GDS να επιβαρύνουν τα ίδια τα πρακτορεία.

Στην περίπτωση βέβαια που το ταξιδιωτικό πρακτορείο επιθυμεί να προμηθευτεί μόνο του τον τεχνικό εξοπλισμό, παρουσιάζεται δυσκολία στη διαχείριση και τον έλεγχο των λειτουργιών των δικτύων όπως και του κάθε τερματικού χωριστά, και για αυτό το λόγο οδηγείται στην πρόσληψη του κατάλληλα καταρτισμένου προσωπικού.

Επομένως, είναι στην κρίση της ίδιας της επιχείρησης με ποιον τρόπο θα εξυπηρετήσει τα συμφέροντά της, δηλαδή αν θα προμηθευτεί η ίδια τον εξοπλισμό ή από κάποιο πωλητή GDS. Είναι απαραίτητη λοιπόν μια πύλη δικτύων ή ένας κεντρικός κόμβος εάν σε ένα γραφείο υπάρχουν περισσότερα από ένα τερματικά. Οι πύλες δικτύων συγκεντρώνουν τα μηνύματα από το σύνολο των τερματικών και στη συνέχεια τα μεταδίδουν από το γραφείο μέσω ενός μόντεμ και μιας τηλεφωνικής γραμμής στο κεντρικό GDS. Στα περισσότερα πρακτορεία οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές συνδέονται σε ένα τοπικό δίκτυο με κάποιο λογισμικό δικτύου. Ένας server καθοδηγεί το δίκτυο το οποίο προσφέρει διάφορες υπηρεσίες στους χρήστες του. Επίσης για την σύνδεση των τερματικών απαιτούνται και διάφορες μορφές καλωδιώσεων, με προτιμότερη εκείνη των οπτικών ινών που αν και είναι ακριβότερη χρησιμοποιείται περισσότερο λόγω του επιπέδου ασφαλείας που προσφέρει, των μεγάλων ταχυτήτων και του όγκου δεδομένων που μπορεί να στείλει σε κάθε σύνδεση. Στη περίπτωση όμως που ένα ταξιδιωτικό πρακτορείο συνεργάζεται με περισσότερα από ένα GDS, τότε χρειάζεται και αναβάθμιση των συστημάτων. Σήμερα υπάρχουν πολλά προϊόντα που μπορούν να καλύψουν τις διάφορες δικτυακές ανάγκες ενός γραφείου τα οποία κατασκευάζονται είτε από ειδικευμένες εταιρίες που έχουν σχέση με την τουριστική βιομηχανία είτε από τις ίδιες ιδιοκτήτριες εταιρίες των GDS. Αυτό επιτυγχάνεται με την επικοινωνία όλων των GDS με την βοήθεια ενός δικτύου LAN, ή με την ταυτόχρονη παρουσίαση πληροφοριών από πολλά GDS σε ένα τερματικό. Οι πιο συνηθισμένες μορφές που μπορεί να έχει ένα δίκτυο LAN είναι η τοπολογία αστέρα και η τοπολογία δακτυλίου.



Εικ.1 Τοπολογία Αστέρα



Εικ.2 Τοπολογία Δακτυλίου

Ένα δίκτυο με τοπολογία αστέρα (εικόνα 1) έχει έναν κεντρικό διανομέα (hub) που δίνει πρόσβαση στα υπόλοιπα τερματικά. Τα δίκτυα αστεριών είναι σχετικά εύκολο να εγκατασταθούν και να διαχειριστούν, αλλά δυσχέρειες μπορούν να εμφανιστούν επειδή όλα τα στοιχεία πρέπει να περάσουν μέσω του διανομέα.

Στην περίπτωση της τοπολογίας δακτυλίου (εικόνα 2) όλες οι συσκευές συνδέονται με μορφή ενός κλειστού βρόχου, έτσι ώστε κάθε συσκευή συνδέεται άμεσα με δύο άλλες συσκευές, μία από κάθε πλευρά. Οι τοπολογίες δακτυλίων είναι σχετικά ακριβές και δύσκολο να εγκατασταθούν αλλά προσφέρουν υψηλό εύρος ζώνης και μπορούν να εκταθούν σε μεγάλες αποστάσεις.

Τέλος, οι εταιρίες που διαθέτουν γραφεία και αντιπροσωπείες σε άλλες χώρες χρησιμοποιούν ένα άλλο είδος δικτύων, τα επονομαζόμενα δίκτυα ευρείας περιοχής (Wide Area Network –WAN) για να είναι δυνατή η μετάδοση φωνητικών μηνυμάτων και γραπτών δεδομένων σε διάφορες τοποθεσίες αλλά και η κοινή χρήση περιφερειακών όπως συμβαίνει και σε ένα τοπικό δίκτυο.

Οι τουριστικοί φορείς (όπως οι ξενοδοχειακές αλυσίδες, οι εταιρείες

ενοικιάσεως αυτοκινήτων) εγκαθιστούν ιδιωτικά δίκτυα μέσω μισθωμένων γραμμών λόγω της μεγάλης γεωγραφικής διασποράς των επιχειρήσεων. Ένας πολύ σημαντικός παράγοντας στη δημιουργία δικτύων είναι το Internet και οι ευκαιρίες που προσφέρει στη δημιουργία δικτύων με διάφορα επίπεδα πρόσβασης όπως το Intranet και το Extranet χάρη στα εύχρηστα και διαδεδομένα πρωτόκολλα που χρησιμοποιεί.

2.2 Υπηρεσίες που προσφέρουν τα Κανάλια Διανομής

Τα Παγκόσμια Κανάλια Διανομής παρέχουν στους ταξιδιωτικούς πράκτορες αλλά και στους καταναλωτές υπηρεσίες που είναι σχετικές με τα αεροπορικά ταξίδια καθώς επίσης και διάφορες άλλες υπηρεσίες σχετικές με το τουριστικό προϊόν γενικότερα.

Πιο συγκεκριμένα τα G.D.S παρέχουν:

- ✓ Πληροφορίες σχετικά με τις πτήσεις (διαθεσιμότητες, χρονοδιαγράμματα, ναύλοι, κανόνες που διέπουν τους ναύλους, δυνατότητα απεριορίστων κρατήσεων)
- ✓ Πληροφορίες για τον πελάτη (στοιχεία, δρομολόγια, ειδικές απαιτήσεις, πληροφορίες για συχνούς πελάτες)
- ✓ Εκτύπωση εγγράφων (εισιτήρια, κάρτες επιβίβασης, δρομολόγια)

Εκτός από τις προαναφερθείσες υπηρεσίες, G.D.S προσφέρουν και ένα σύνολο υπηρεσιών και παροχών που έχουν να κάνουν με το τουριστικό προϊόν γενικότερα. Αυτές οι υπηρεσίες περιλαμβάνουν:

- ✓ Δικαίωμα κρατήσεων σε ξενοδοχεία διαφόρων τύπων, εταιρίες ενοικιάσεως αυτοκινήτων, κρουαζιερόπλοια, τρένα, διάφορα τουριστικά πακέτα καθώς επίσης και διάφορες εκδηλώσεις όπως φεστιβάλ, αξιοθέατα και γεγονότα.
- ✓ Πληροφορίες σχετικά με την διαφορά ώρας σε όλο τον κόσμο.
- ✓ Πληροφορίες σχετικά με το συνάλλαγμα και την ισοτιμία των νομισμάτων σε όλο τον κόσμο.
- ✓ Δυνατότητα παροχής μετεωρολογικών δελτίων για όλο τον κόσμο
- ✓ Δυνατότητα αποστολής φαξ και e-mail.
- ✓ Σύνδεση με το timatic και άλλους οργανισμούς οι οποίοι παρέχουν πληροφορίες για όλες τις χώρες σχετικές με τα οικονομικά δεδομένα, τις πολιτικές συνθήκες, τις διάφορες απαγορεύσεις που ισχύουν σε κάθε χώρα, τους ελέγχους στα σύνορα, τις ισχύουσες διατάξεις για τις βίζες, τα διαβατήρια, τους τελωνιακούς ελέγχους, το επιτρεπόμενο συνάλλαγμα και τις διάφορες φορολογικές επιβαρύνσεις.

2.3 Σημαντικότερα πλεονεκτήματα των Καναλιών Διανομής

Η χρήση των G.D.S έχει αναμφίβολα επηρεάσει θετικά και σε μεγάλο βαθμό την τουριστική βιομηχανία. Σήμερα οι θετικές αυτές επιδράσεις είναι εμφανείς σε κάθε τουριστικό γραφείο και ξενοδοχείο διευκολύνοντας όλους τους φορείς του τουρισμού.

Ένα από τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα των G.D.S είναι η ευκολία που δίνουν στον ταξιδιωτικό πράκτορα να διαχειρίζεται και να παρέχει σε πολύ σύντομο χρόνο πληροφορίες και υπηρεσίες στους καταναλωτές. Μέσω των G.D.S, οι προμηθευτές των τουριστικών προϊόντων είναι πλέον εύκολα προσβάσιμοι στα διάφορα τουριστικά γραφεία και η ενοποίηση αυτή των συστημάτων έχει ανοίξει ένα δίαυλο επικοινωνίας μεταξύ όλων των παγκοσμίων πρακτορείων τουρισμού.

Παλαιότερα οι διάφοροι τουριστικοί πράκτορες βασιζόντουσαν στο Official Airline Guide (O.A.G), μια υπηρεσία που παρείχε πληροφορίες για δρομολόγια και τιμές η οποία όμως δεν ήταν και πολύ αποτελεσματική. Αργότερα όμως με την χρήση των G.D.S για την διανομή των τουριστικών προϊόντων εμφανίστηκε μια δυναμική αύξηση στην παραγωγικότητα και στην διάθεση του τουριστικού προϊόντος. Τα τερματικά G.D.S παγκοσμίως είναι τα μεγαλύτερα εργαλεία πληροφοριών και κρατήσεων που μπορούν να χρησιμοποιήσουν οι πράκτορες για όλων των ειδών τα ταξιδιωτικά προϊόντα. Η χρησιμότητα των G.D.S επιβεβαιώνεται από την αξιοπιστία και την εμπιστοσύνη που τους δείχνουν οι ταξιδιωτικοί πράκτορες. Οι μεγάλες ταχύτητες των δικτύων G.D.S που συνδέουν τα τερματικά κάθε πρακτορείου με τον κεντρικό υπολογιστή δίνουν την δυνατότητα να επιβεβαιώνονται οι κρατήσεις μέσα σε δευτερόλεπτα και αυτό δημιουργεί μια σχέση σταθερότητας και αξιοπιστίας ανάμεσα στον πελάτη και τον ταξιδιωτικό πράκτορα με διάμεσο τα G.D.S. Οι παροχές των υπηρεσιών ενός G.D.S στον ταξιδιωτικό πράκτορα και κατ' επέκταση στον πελάτη συμβάλλουν ουσιαστικά στην συνεχόμενη και αποδοτική συνεργασία τους.

Από μια οικονομική άποψη, το κόστος εξοπλισμού και εγκατάστασης των συστημάτων G.D.S δικαιολογείται πλήρως από τους ιδιοκτήτες των

τουριστικών γραφείων γιατί τα οφέλη που προσφέρουν τα συστήματα αυτά υπερिशύουν. Υπάρχει μια εμφανής εξοικονόμηση χρημάτων λόγω της μείωσης των υπεραστικών και διεθνών κλήσεων αλλά και της πρόσβασης σε υπηρεσίες με χαμηλό αναλογικά κόστος. Η εξοικονόμηση αυτή αποτελεί ένα ακόμα πλεονέκτημα και βασικό ερέθισμα για την χρήση των G.D.S.

Τα συστήματα κρατήσεων είναι έτσι σχεδιασμένα ώστε να ικανοποιούν άμεσα τις ανάγκες των πρακτορείων και των καταναλωτών. Η βελτίωση της αξιοπιστίας των ταξιδιωτικών πρακτορείων αλλά και η κατάκτηση της εμπιστοσύνης των πελατών οφείλονται στην καλή λειτουργία αυτών των συστημάτων. Οι κρατήσεις προσαρμόζονται στις ανάγκες των πελατών με ακρίβεια και ταχύτητα και η διαδικασία αυτή συμβάλλει στην προώθηση, ανάπτυξη και εξάπλωση του τουρισμού.

Το τρίτο πλεονέκτημα των συστημάτων κρατήσεων είναι η ευκολία χρήσης τους μέσω του γραφικού περιβάλλοντος των windows το οποίο χρησιμοποιούν τα G.D.S και το οποίο αντικατέστησε το προηγούμενο περιβάλλον πτυσσόμενων μενού που χρησιμοποιούσαν παλαιότερα τα G.D.S. Αναφορικά τα βασικά χαρακτηριστικά του γραφικού περιβάλλοντος των windows είναι τα εξής:

- Η ευκολία εκμάθησης των διαφόρων λειτουργιών.
- Η διευκόλυνση και επιτάχυνση των διαδικασιών διότι με λιγότερες ενέργειες μπορεί να ολοκληρωθεί μια αναζήτηση.
- Δυνατότητα ταυτόχρονης παρουσίασης πολλαπλών πληροφοριών στην οθόνη και δυνατότητα επιλογής.

Τα πρακτικά οφέλη των G.D.S. τα απολαμβάνουν όλοι οι ταξιδιωτικοί πράκτορες με τη καθημερινή χρήση τους. Η εξοικονόμηση χρόνου και η αύξηση της αποδοτικότητας φαίνονται στη καθημερινότητα των πρακτόρων.

Στη πράξη λοιπόν η χρήση G.D.S. έχει οφέλη όταν η αναζήτηση γίνεται μέσω κριτηρίων επιλογής, όταν διαθέτει τεράστιες βάσεις αναζήτησης δεδομένων ή όταν διατηρεί αρχεία με το ιστορικό των κρατήσεων για περαιτέρω επεξεργασία. Κάτι που σίγουρα διευκολύνει την εργασία των πρακτόρων είναι η δυνατότητα ανανέωσης στοιχείων σε απευθείας σύνδεση καθώς και η λειτουργία του συστήματος σε καθημερινή βάση όλο το εικοσιτετράωρο για την κάλυψη όλων των γεωγραφικών περιοχών.

Η ανταγωνιστικότητα της τουριστικής αγοράς και η επικράτηση των G.D.S. επέβαλε στις εταιρείες την ανάγκη εύρεσης νέων μεθόδων προκειμένου να κάνουν τα συστήματα πιο φιλικά προς το χρήστη.

Η επιδίωξη ήταν να παραχθούν προϊόντα που να ανταποκρίνονται στις ιδιαίτερες και κάθε φορά διαφορετικές ανάγκες των πελατών τους και να υπάρχει ποικιλία. Μια τέτοια μέθοδος είναι η μέθοδος γνωστή ως scripting και συντελεί στην επιτάχυνση ενεργειών όπως η αποθήκευση, η διαγραφή ή η αντιγραφή αρχείων αλλά και άλλων πιο πολύπλοκων ενεργειών όπως η αποστολή με φαξ στον πελάτη του πληροφοριακού δελτίου πτήσης του.

Ο χρήστης είναι πλέον σε θέση να επέμβει σε ένα πρόγραμμα και να κάνει αλλαγές ακολουθώντας ορισμένα βήματα. Έτσι καθιερώθηκε μια ευέλικτη διαδικασία η οποία ανταποκρίνεται στον γρήγορο ρυθμό της ζωής και δίνει επιλογές στον πελάτη ο οποίος παίζει κύριο ρόλο.

2.4 Σημαντικότερα μειονεκτήματα των Καναλιών Διανομής

Το λογισμικό των G.D.S. είναι αποτέλεσμα της επιμονής και της κυριαρχικής στάσης , στην οικονομία , των ισχυρότερων αεροπορικών εταιρειών. Η επίτευξη και η δημιουργία των G.D.S. εδραίωσε αυτές τις αεροπορικές εταιρείες και σίγουρα οδήγησε στην αναβάθμιση του λειτουργικού συστήματος κρατήσεων σε παγκόσμιο επίπεδο τηρουμένων των αναλογιών.

Παραδόξως ενώ η πάγια θέση των G.D.S. ευνοεί την τουριστική οικονομία παράλληλα προσβάλλει τις ισχνές οικονομικά εταιρείες που αδυνατούν να καλύψουν το κόστος. Η δημιουργία εμποδίων λοιπόν για την είσοδο νέων επιχειρήσεων είναι ορατή. Στα προβλήματα οικονομικής φύσεως και μη, που αντιμετωπίζουν οι μικρές εταιρείες έρχεται να προστεθεί η δυσκολία εφαρμογής του κατάλληλου μάρκετινγκ.

Μια σειρά από μικρότερα G.D.S. προσπάθησαν να καλύψουν τις ανάγκες χωρών ή περιοχών και σε κάποιες περιπτώσεις εξελίχθηκαν σε επιτυχημένες επιχειρήσεις. Παρά ταύτα η επέμβαση των ισχυρών εταιρειών στο χώρο, απορροφώντας τη μεγάλη πλειοψηφία αυτών των συστημάτων, είτε αγοράζοντας ένα σημαντικό ποσοστό των μετοχών, είτε προχωρώντας σε επωφελείς για αυτές συμφωνίες με στόχο τη προώθηση σε αγορές λιγότερο οικείες.

Ο ανταγωνισμός ήταν μεγάλος και η αντίσταση των μικρών εταιρειών κάμφθηκε σύντομα μπροστά στα φιλόδοξα οικονομικά ανοίγματα των μεγάλων εταιρειών.

Τα βασικά χαρακτηριστικά των G.D.S. έρχονται σε σύγκρουση με τις οικονομικές δυνατότητες που χαρακτηρίζουν τις μικρές εταιρείες. Το υψηλό κόστος ανάπτυξης των συστημάτων καθώς και η μακρά περίοδος αναμονής μέχρι την πραγματοποίηση κερδών αποτελούν ανυπέρβατο εμπόδιο που αποτρέπει την είσοδο νέων εταιρειών.

Στο επίκεντρο της οικονομικής αγοράς οι μεγάλες και οικονομικά ισχυρές εταιρείες και επιχειρήσεις κινούν τα νήματα και αποτρέπουν έμμεσα να διακινηθεί το μικρό κεφάλαιο προς όφελος των αδύναμων εταιρειών.

Το επόμενο σημαντικό μειονέκτημα είναι η περιορισμένη γεωγραφική διασπορά του δικτύου. Οι αερομεταφορείς πολλών χωρών της Ασίας δε μπόρεσαν να συμμετάσχουν στο σχεδιασμό αφήνοντας εκτός οποιουδήποτε G.D.S. τόσο τις αεροπορικές εταιρείες των χωρών τους όσο και τα προϊόντα των υπολοίπων προμηθευτών του τουριστικού κλάδου. Επίσης πολλές χώρες των οποίων οι τουριστικοί προορισμοί βρίσκονταν σε υποανάπτυκτες συνθήκες παρουσιάζονταν ελάχιστα ενώ πολλές φορές η δυσκολία άντλησης πληροφοριών για τοποθεσίες ή προϊόντα καθιστούσε δύσκολη τη πώληση αυτών.

Λόγω αυτής της κατάστασης και των συγκεκριμένων οικονομικών πόρων πολλές μικρότερες αεροπορικές εταιρείες αναγκάστηκαν να παραμείνουν στη χρήση του παραδοσιακού δικτύου της SITA που φυσικά τις άφηνε πολύ πίσω στα πλαίσια του ανταγωνισμού έναντι όσων αντιπροσωπεύονταν από κάποιο G.D.S.

Ένα άλλο μειονέκτημα που φαντάζει φαινομενικά αδιάφορο είναι η τάση για συνεργασία μεγάλων ταξιδιωτικών γραφείων με συγκεκριμένες αεροπορικές εταιρείες και κατά συνέπεια με συγκεκριμένο G.D.S.

Σε αυτόν τον στενό δεσμό των ταξιδιωτικών γραφείων με συγκεκριμένες αεροπορικές εταιρείες ενυπάρχει ο κίνδυνος σταθερού διαμερισμού της αγοράς. Για άλλη μια φορά τα κίνητρα για την είσοδο νέων επιχειρήσεων είναι αφανή. Η στενή συνεργασία ταξιδιωτικών γραφείων με συγκεκριμένες αεροπορικές εταιρείες διακόπτει την απόπειρα μιας νέας επιχείρησης να αποκτήσει το δικό της μερίδιο στην αγορά.

Οι μικρές επιχειρήσεις επίσης έχουν να αντιμετωπίσουν τη δυσκολία εφαρμογής του G.D.S. Λόγω του κόστους αλλά και της αβεβαιότητας αναφορικά με τα οφέλη που θα αποκομίσουν δε προχωρούν στην επένδυση αυτή. Για αυτό στα μεγάλα G.D.S. περιλαμβάνονται συνήθως όλες οι διεθνώς γνωστές επιχειρήσεις όπως οι αλυσίδες ξενοδοχείων, ενώ πολλές φορές ακόμα και μεγάλες επιχειρήσεις όπως οι εταιρείες charter, με μικρότερη εμβέλεια, δεν καταχωρούνται ή καταχωρούνται σε ένα μόνο G.D.S.

Το κενό αυτό που δημιουργείται ως προς την ενημέρωση των καταναλωτών έρχονται να καλύψουν είτε το Internet είτε τα συστήματα που παρέχουν αναλυτικές πληροφορίες ως προς την τουριστική προσφορά ενός τόπου (Destination Information Systems –DIS). Τα συστήματα αυτά λειτουργούν σε εθνικό, περιφερειακό ή τοπικό επίπεδο υπό την αιγίδα των Εθνικών Οργανισμών Τουρισμού σε συνεργασία με άλλους δημόσιους ή ιδιωτικούς φορείς. Ένα νέο C.R.S. θα έχει άμεση ανάγκη εσόδων και επομένως θα αυξήσει ιδιαίτερα το ποσό της συνδρομής για κάθε χρήστη. Αντίθετα οι μεγάλες εταιρείες έχουν περιθώρια να δέχονται νέα μέλη με μειωμένες συνδρομές.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3.1 Το σύστημα Amadeus

3.2 Το Σύστημα Amadeus Rail

3.3. Το Σύστημα Amadeus Cruise

3.4 Το Σύστημα Amadeus Ferry

3.5. Το Σύστημα Amadeus Cars Reservation

3.1 Amadeus

Το Amadeus ιδρύθηκε το 1987 από τις αεροπορικές εταιρείες Lufthansa, Air France, Iberia και Scandinavian Airlines (SAS). Αποτελεί κορυφαίο σύστημα παροχής τεχνικών υπηρεσιών και διανομής που εξυπηρετεί τις πωλήσεις, το μάρκετινγκ και την διανομή του τουριστικού προϊόντος.

Στην αρχή όλες οι εταιρείες είχαν ίσα μερίδια της Amadeus Global Travel Distribution S.A όμως κατά την δημιουργία της εταιρείας η SAS αναγκάστηκε να πουλήσει το μερίδιο της στην Amadeus Data Processing λόγω οικονομικών δυσκολιών. Οι τρεις αεροπορικές εταιρείες κατέχουν το 59% της εταιρείας και συγκεκριμένα η Air France το 23%, η Iberia το 18% και η Lufthansa πάλι 18%. Οι υπόλοιπες μετοχές ανήκουν σε διάφορους μικρότερους μετόχους.

Η τεράστια βάση δεδομένων καθώς επίσης και το σύγχρονο δίκτυο που κατέχει το κατατάσσουν παγκόσμια πρώτο ως σύστημα διανομής, έχοντας το 37% της παγκόσμιας αγοράς στον τομέα του. Το Amadeus διαθέτει γραφεία σε 190 αγορές διεθνώς εξυπηρετώντας περισσότερα από 90.000 τουριστικά γραφεία και 58.000 γραφεία πωλήσεων αεροπορικών

εταιρειών. Το Amadeus προσφέρει υπηρεσίες απο 435 αεροπορικές εταιρίες, 29 εταιρίες ενοικίασεως αυτοκινήτων (με 36.000 τοπικές αντιπροσωπίες), 51 ακτοπλοϊκές εταιρίες, 280 ξενοδοχειακές αλυσίδες καθώς και 87.000 ξενοχοδεία, 200 ταξιδιωτικούς πράκτορες, 103 σιδηροδρομικές εταιρίες και 116 ταξιδιωτικές ασφαλιστικές εταιρίες.

Η εταιρία είναι δομημένη γύρω από δύο πυλώνες: το παγκόσμιο σύστημα διανομής (GDS) και τον τομέα επιχειρηματικών λύσεων (IT Solutions business area). Το παγκόσμιο σύστημα διανομής χειρίζεται τα συστήματα GDS και ο τομέας επιχειρηματικών λύσεων προσφέρει συστήματα λογισμικού που αυτοματοποιούν διαδικασίες όπως οι κρατήσεις, απογραφή και έλεγχο αναχώρησης.

Το επιχειρηματικό μοντέλο της εταιρίας βασίζεται σε προμήθεια επί των κρατήσεων, που σημαίνει πως για κάθε επιβεβαιωμένη κράτηση, η εταιρία κατακρατεί ένα τέλος επί του καθαρού τελικού ποσού.

Η εταιρία δραστηριοποιείται στο Ισπανικό χρηματιστήριο (IBEX 35 Index), έχοντας μια δυναμική παρουσία στην αγορά. Για το 2016, η εταιρία ανέφερε κέρδη της τάξης των 4.473 εκ. Ευρώ και για 5^η συνεχή χρονιά αποτελεί μέρος του Dow Jones Sustainability Index. Επίσης, η εταιρία επενδύει σε μεγάλο βαθμό στην έρευνα και ανάπτυξη (R&D), έχοντας επενδύσει περισσότερα απο 4 δις ευρώ από το 2004 μέχρι σήμερα.

Η κεντρική διοίκηση του Amadeus βρίσκεται στην Μαδρίτη από όπου καθορίζεται η διαχείριση, το ανθρώπινο δυναμικό, η διεύθυνση, οι στρατηγικές επικοινωνίας καθώς επίσης και οι σχέσεις με τους

προμηθευτές, τις αεροπορικές εταιρείες, τους συνεργάτες και τα ταξιδιωτικά πρακτορεία.

Η εταιρεία επιπλέον διαθέτει γραφεία σε πολλές πόλεις παγκοσμίως.

Το Amadeus χρησιμοποιεί το δίκτυο Amanet το οποίο δημιουργήθηκε το 1989 και πλέον συγκαταλέγεται μεταξύ των μεγαλύτερων δικτύων στην Ευρώπη επιτρέποντας την μετάδοση ενός μεγάλου όγκου δεδομένων.

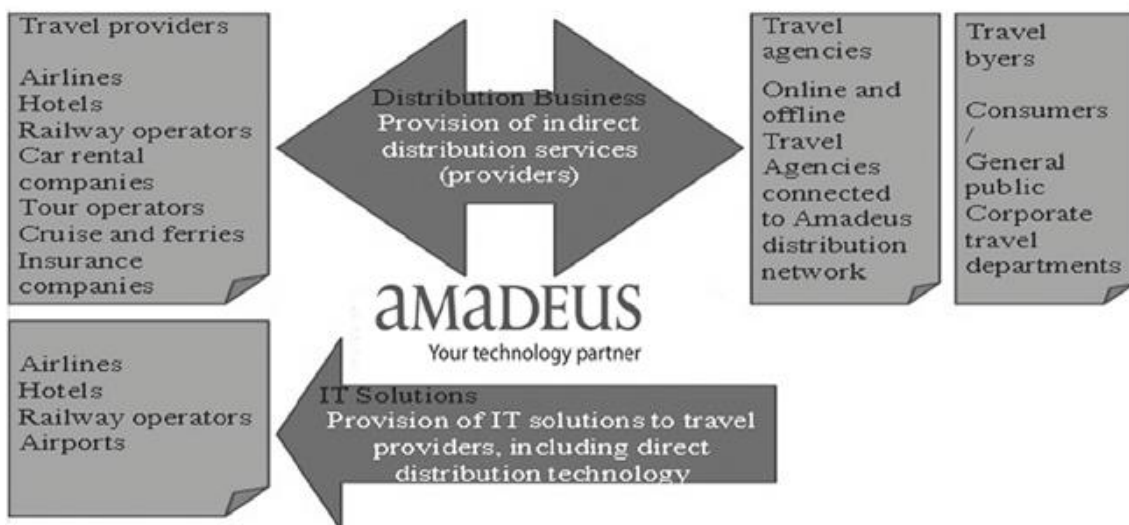
Συνοπτικά το Amadeus:

- Είναι το μεγαλύτερο κέντρο δεδομένων της Ευρώπης.
- Έχει διαθεσιμότητα που αγγίζει το 99,98% στα συστήματα κρατήσεων.
- Παράγει ένα τεράστιο όγκο μηνυμάτων στο δίκτυο ανά δευτερόλεπτο.
- Δημιουργεί καθημερινά 1-2 εκατομμύρια κρατήσεις.

Τα τελευταία 20 χρόνια, το Amadeus έχει γνωρίσει μια συνεχή ανάπτυξη, δημιουργώντας κέρδη για τις εταιρίες με τις οποίες συνεργάζεται. Είναι σημαντικό να υποδείξουμε ότι για το 2009, το Amadeus είχε κέρδη 87 δις. Δολάρια από πωλήσεις εισιτηρίων μέσα από όλα τα κανάλια διανομής του, με το 71% των πωλήσεων αυτών να προέρχεται από ταξιδιωτικά πρακτορεία.

Σύμφωνα με το παρακάτω γράφημα, η επιχειρηματική δομή του συστήματος αποτελείται από κανάλια διανομής και τεχνολογικές λύσεις που προσφέρονται στους πελάτες του, 24 ώρες την ημέρα και 7 ημέρες την εβδομάδα, δίνοντας την δυνατότητα στους χρήστες του να δουν ενημερωμένες πληροφορίες και υπηρεσίες σε πραγματικό χρόνο.

Κρίνοντας από το γεγονός ότι η τεχνολογική ανάπτυξη απαιτεί από τις εταιρίες ένα γρήγορο και έμπιστο λογισμικό, το οποίο ανταποκρίνεται σε πραγματικό χρόνο και έχει την συνεχή υποστήριξη από εξειδικευμένο προσωπικό, μπορούμε ασφαλώς να κρίνουμε πως το Amadeus έχει κάνει μεγάλη πρόοδο στον τομέα του και μπορεί να αποτελέσει τον κινητήριο μοχλό για περαιτέρω ανάπτυξη και συμβολή των νέων τεχνολογιών που αναπτύσσονται και την εισαγωγή τους στην αγορά.



3.2. Το Σύστημα Amadeus Rail

Τα αυτόματα εργαλεία διανομής πληροφοριών για τις σιδηροδρομικές γραμμές δίνουν στους χρήστες άμεση πρόσβαση στα δεδομένα των σιδηροδρομικών εταιριών επιτρέποντας τους να κάνουν κρατήσεις εύκολα και αξιόπιστα. Οι κρατήσεις των εισιτηρίων μπορούν να καταχωρηθούν στο αρχείο PNR (Passenger Name Record) υπάρχουν λύσεις και προτάσεις, οι οποίες ταιριάζουν στις ανάγκες της κάθε σιδηροδρομικής εταιρίας. Από σύνδεση με τα συστήματα κρατήσεων των σιδηροδρομικών εταιριών μέχρι πλήρη καταχώρηση του καταλόγου τους στο σύστημα Amadeus μέσω του Amadeus Integrated Access.

Με την εφαρμογή του Amadeus Integrated Access για την κράτηση εισιτηρίων ο κατάλογος και η διαθεσιμότητα εισιτηρίων των σιδηροδρομικών εταιριών παρουσιάζεται σε συνδυασμό με πληροφορίες για τις αεροπορικές εταιρίες. Στην πραγματικότητα, το Amadeus είναι το πρώτο GDS το οποίο ενσωμάτωσε τον σιδηρόδρομο στο βασικό του κατάλογο σύμφωνα με τις αρχές του European Union Code of Contact. Αυτό σημαίνει ότι οι πληροφορίες για τις σιδηροδρομικές γραμμές φαίνονται στην οθόνη ταυτόχρονα με τις πληροφορίες για τις αεροπορικές γραμμές. Η εξάπλωση ταχύτατων σιδηροδρομικών δικτύων είναι ήδη μια πραγματικότητα και δίνει ιδανικές λύσεις για την δυναμική είσοδο των σιδηροδρομικών εταιριών στο διεθνή ανταγωνισμό των επίγειων μεταφορών.

Οι πληροφορίες για την κάθε σιδηροδρομική εταιρία αυτόματα ενσωματώνονται σε όλα τα ταξιδιωτικά πρακτορεία που είναι συνδεδεμένα με το σύστημα Amadeus Rail, σε όλους τους οδηγούς ταξιδιών στο διαδίκτυο και στα εργαλεία αυτόνομης κράτησης εισιτηρίων στο Amadeus.

Επιπρόσθετα πλεονεκτήματα που περιλαμβάνει το Amadeus Rail είναι:

- ✓ Οι ταξιδιωτικοί πράκτορες που χρησιμοποιούν τον εκτυπωτή ATB2 για την έκδοση σιδηροδρομικών εισιτηρίων δεν χρειάζονται να χρησιμοποιούν διαφορετικούς εκτυπωτές εισιτηρίων για διαφορετικούς προμηθευτές.
- ✓ Οι οδηγίες που παρέχονται στο σύστημα κρατήσεων διευκολύνουν τους πελάτες μέσω διαδικτύου να κλείσουν θέσεις στα τρένα.
- ✓ Η διαφήμιση On-line επιτρέπει στις σιδηροδρομικές εταιρίες να στοχεύσουν σε συγκεκριμένα ταξιδιωτικά πρακτορεία με μηνύματα μάρκετινγκ και προώθησης.

Παρέχει λύσεις, οι οποίες βεβαιώνουν τις σιδηροδρομικές εταιρίες ότι μπορούν να διαχειρίζονται αποτελεσματικά τα δεδομένα τους, ενώ τα προϊόντα τους προβάλλονται στην αγορά με το στυλ που επιθυμούν.

3.3. Το Σύστημα Amadeus Cruise

Η δυναμικότητα των εταιριών κρουαζιερόπλοιων συνεχώς αυξάνεται με την δημιουργία μεγαλύτερων πλοίων. Με νέες γραμμές και την πιθανότητα να διπλασιαστεί ο αριθμός των επιβατών των κρουαζιερόπλοιων στο άμεσο μέλλον προκύπτει η άμεση ανάγκη για χρήση νέων τεχνολογιών πληροφόρησης.

Για να εκμεταλλευθεί στο έπακρον αυτή την ανάπτυξη και να διείσδυση σε νέες αγορές αυξάνοντας τις πωλήσεις, κάθε εταιρία κρουαζιερόπλοιων μπορεί να επωφεληθεί από:

- ⇒ Ένα αυτόματο εργαλείο διανομής,
- ⇒ αυξημένο έλεγχο στο ποιος πουλάει τα εισιτήρια του κρουαζιερόπλοιου και σε τι τιμή,
- ⇒ παγκόσμια εξάπλωση των δικτύων διανομής,
- ⇒ μειωμένο κόστος διανομής,
- ⇒ την δυνατότητα να στηρίζεται σε αξιόπιστα δεδομένα βασισμένα στην δική τους τράπεζα πληροφοριών,
- ⇒ βελτιωμένη παραγωγικότητα των ταξιδιωτικών πρακτορείων,
- ⇒ μειωμένη πίεση στα κέντρα ελέγχου εξαιτίας της αυξανόμενης παραγωγικότητας .



Το Amadeus Cruise είναι ένα νέο απόλυτα αυτοματοποιημένο εργαλείο διανομής το οποίο δίνει άμεση παγκόσμια πρόσβαση, αλλάζοντας τον τρόπο που γίνονταν οι κρατήσεις θέσεων στις κρουαζιέρες. Οι εταιρίες κρουαζιερόπλοιων μπορούν να επωφεληθούν από την ταχύτατη ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ του Amadeus και των δικών τους συστημάτων κρατήσεων. Οι ταξιδιωτικοί πράκτορες του Amadeus στις βασικές παγκόσμιες αγορές που απευθύνονται οι κρουαζιέρες μπορούν κατευθείαν να έχουν πρόσβαση στα δεδομένα των εταιριών των κρουαζιερόπλοιων και να κλείσουν θέσεις ταχύτατα και με ασφάλεια.

Η φιλική προς τον χρήστη κράτηση εισιτηρίων διευκολύνει τόσο τους νέους όσο και τους έμπειρους ταξιδιωτικούς πράκτορες να κάνουν κρατήσεις. Οι λιγότερο έμπειροι πράκτορες μπορούν να ακολουθήσουν την βήμα προς βήμα διαδικασία κράτησης ενώ οι ειδικοί μπορούν να

χρησιμοποιήσουν την διαδικασία “γρήγορη πώληση”(Fast Sell). Λογικά λοιπόν το Amadeus Cruise θεωρείται σήμερα η πιο πλεονεκτική λύση στην αγορά στις κρατήσεις θέσεων στις κρουαζιέρες.

Επιπρόσθετα πλεονεκτήματα που περιλαμβάνει το Amadeus Cruise είναι:

- ❖ πώληση πακέτων μεταφοράς πριν και μετά την κρουαζιέρα,
- ❖ κράτηση και για τις μικρότερες λεπτομέρειες της κρουαζιέρας, όπως προγραμματισμός εξειδικευμένων μενού διατροφής,
- ❖ άμεση θέαση των χώρων των κρουαζιερόπλοιων και των καμπίνων,
- ❖ έκδοση όλων των σχετικών καταλόγων (αυτοκίνητο, ξενοδοχείο, πτήση) σε ένα μόνο φύλο με καταχώρηση στο PNR, η μοναδική αυτόνομη έκδοση του Amadeus Cruise, μπορεί να συνδέσει τις εταιρίες κρουαζιερόπλοιων με τους ανά τον κόσμο ειδικούς για τις κρουαζιέρες.

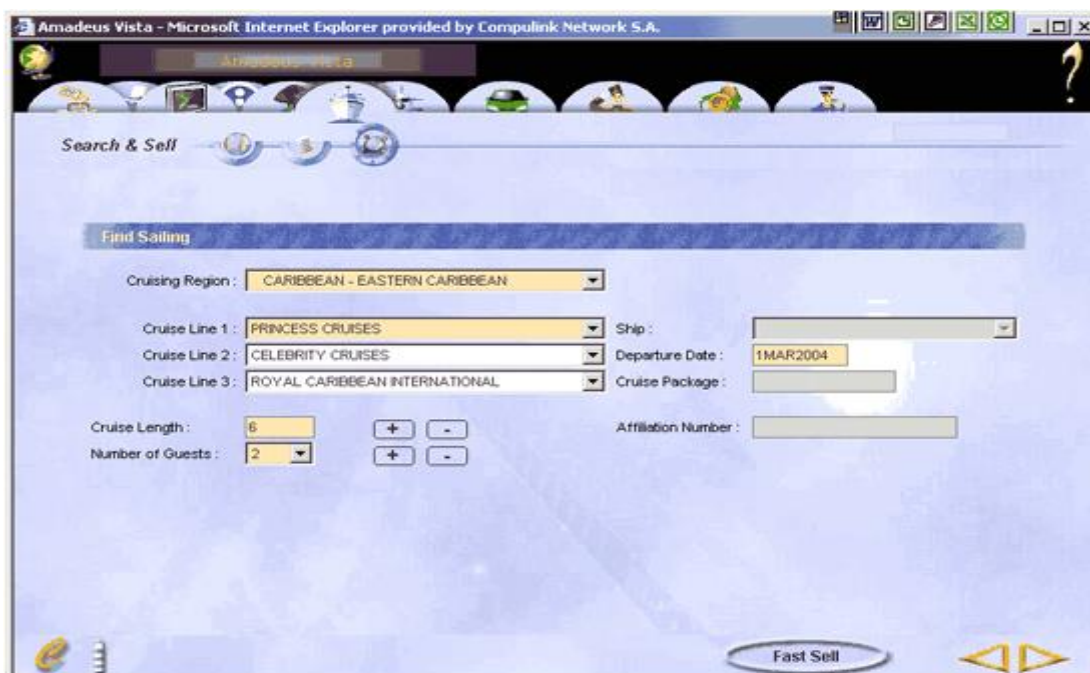
3.4 Το Σύστημα Amadeus Ferry

Καθώς οι ακτοπλοϊκές γραμμές γίνονται ολοένα και πιο δημοφιλείς στις επιλογές των ταξιδιωτών ως μέσο μεταφοράς η βιομηχανία των ακτοπλοϊκών γραμμών βρίσκεται σε άνθηση. Είναι λοιπόν η κατάλληλη στιγμή εταιρίες ακτοπλοϊκών γραμμών να εξαπλωθούν διεθνώς μέσω νέων καναλιών διανομής. Το σύστημα Amadeus Ferries μπορεί να βοηθήσει:

- Στην παγκόσμια εξάπλωση,
- Στην παροχή ενός αυτοματοποιημένου εργαλείου διανομής, το οποίο κυριαρχεί στην αγορά,
- Στην βεβαιότητα ότι τα δεδομένα μεταφέρονται στην αγορά μέσω όλων των δυνατών καναλιών πώλησης,
- Στην βελτίωση της παραγωγικότητας των ταξιδιωτικών πρακτόρων,

- Στην μειωμένη της πίεσης στα κέντρα ελέγχου εξαιτίας της αυξανόμενης παραγωγικότητας,
- Στην μείωση του συνολικού κόστους.

Το Amadeus προσφέρει λύσεις που μπορούν να βοηθήσουν στην ανάπτυξη των εταιριών της ακτοπλοΐας. Το Amadeus Ferry είναι ένα αυτοματοποιημένο εργαλείο κοινής χρήσης, το οποίο διανέμει πληροφορίες για τα δρομολόγια σε εθνικό και διεθνή επίπεδο. Η κανονικοποιημένη και φιλική προς τον χρήστη διαδικασία κράτησης εισιτηρίων διευκολύνει τόσο τους νέους όσο και τους έμπειρους χρήστες να κάνουν κρατήσεις με βεβαιότητα. Το Amadeus Ferry είναι συμβατό με τις μηχανές αναζήτησης του διαδικτύου και με όλα τα τελευταία τεχνολογίας συστήματα του Amadeus. Δεδομένα για την διαθεσιμότητα και τις τιμές συνδέονται κατευθείαν από τα συστήματα των ακτοπλοϊκών εταιριών με τους ταξιδιωτικούς πράκτορες γεγονός που βεβαιώνει την εγκυρότητα των πληροφοριών ως την τελευταία στιγμή.



Επιπρόσθετα πλεονεκτήματα που περιλαμβάνει το Amadeus Ferry είναι:

- ✓ Οι ταξιδιωτικοί πράκτορες δεν χρειάζεται να χρησιμοποιήσουν το τηλέφωνο- αυτό σημαίνει λιγότερη πίεση στα τηλεφωνικά τους κέντρα.

- ✓ Το ενσωματωμένο σύστημα βοήθειας διευκολύνει τους λιγότερο έμπειρους πράκτορες στην χρήση του Amadeus Ferry.
- ✓ Άμεση σύνδεση όλων των πρακτόρων που χρησιμοποιούν το Amadeus ή την αυτόνομη σύνδεση Amadeus Ferry ακόμα και με πράκτορες που δεν έχουν αυτή την σύνδεση.
- ✓ Παροχή όλων των παραπάνω με την εγκατάσταση ελάχιστου Hardware και Software στους υπολογιστές των ταξιδιωτικών πρακτόρων.

3.5. Το Σύστημα Amadeus Cars Reservation

Οι ενοικιάσεις αυτοκινήτων είναι μία επιπλέον υπηρεσία στον τομέα του ταξιδιού. Ο μέχρι τώρα παραδοσιακός τρόπος κρατήσεων μέσω τηλεφώνου αρχίζει να αλλάζει και ολοένα και περισσότερες χώρες αρχίζουν να στρέφονται στην αυτοματοποίηση των κρατήσεων αυτών μέσω των GDSs.

Το Amadeus Cars Reservations προσφέρει σιγουριά κι αυτοματοποίηση στη διαδικασία κράτησης:

- Δυνατότητα πώλησης σε 50 εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων με περισσότερα από 24.000 σημεία πώλησης.
- Πραγματικό χρόνο πρόσβασης χάρη στην απευθείας σύνδεση της Amadeus με τις Car Rental εταιρείες (Amadeus Cars Complete Access Plus & Amadeus Cars Complete Access).
- Αξιοπιστία στην πληροφόρηση και στην κράτηση.
- Δυνατότητα προβολής της συνολικής τιμής (Estimated Total Rate), συμπεριλαμβάνοντας όλες τις υποχρεωτικές χρεώσεις (φόρους αεροδρομίου, ασφάλεια κ.λ.π.)

- Αναζήτηση αυτοκινήτου βάση της πολιτικής της εκάστοτε εταιρείας-πελάτη (Amadeus Travel Preferences Manager), ενισχύοντας με αυτόν τον τρόπο την αμεσότερη εξυπηρέτησή του με το υψηλότερο επίπεδο υπηρεσιών.

Οι ενοικιάσεις αυτοκινήτων γίνονται ακόμα ευκολότερα τώρα, χάρη στο νέο Front Office System (FOS) της AMADEUS ΕΛΛΑΣ, το Amadeus Selling Platform (Vista).



Μέσω ενός ολοκληρωμένου και απολύτως γραφικού περιβάλλοντος (GUI), μπορεί τώρα ο χρήστης (αρχάριος ή και προχωρημένος) να κάνει κρατήσεις αυτοκινήτων, γρήγορα και εύκολα, χωρίς να χρειάζεται να απομνημονεύει εντολές και κωδικούς.

Κεφάλαιο 4

4.1 Τα Παγκόσμια Κανάλια Διανομής στην Ελλάδα

4.2 Η χρήση των Παγκόσμιων Καναλιών Διανομής
στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις

1.1 Τα Παγκόσμια Κανάλια Διανομής στην Ελλάδα

Τα προαναφερθέντα παγκόσμια κανάλια – συστήματα διανομής έχουν επηρεάσει θετικά και σε μεγάλο βαθμό τον ελληνικό τουριστικό τομέα, ένα τομέα που συνεχώς εξελίσσεται και που αποτελεί μια από τις σημαντικότερες πηγές εσόδων για την ελληνική οικονομία.

Σε αυτό έχει συμβάλει σημαντικά και η εξάπλωση του διαδικτύου το οποίο διευκολύνει την επικοινωνία μεταξύ των διάφορων τουριστικών πρακτορείων και των καταναλωτών.

Στην σημερινή ελληνική τουριστική αγορά τα ηλεκτρονικά συστήματα κρατήσεων αλλά και γενικότερα η προώθηση, διάθεση και πώληση τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών με την χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών αποτελούν ένα καθοριστικό παράγοντα της μελλοντικής πορείας του ελληνικού τουρισμού.

Σύμφωνα με μια έρευνα που πραγματοποίησε η εταιρεία ηλεκτρονικού εμπορίου Travelplanet24.com, από το σύνολο των ατόμων που κάνουν κράτηση μέσω διαδικτύου στην Ελλάδα το 31% επιλέγει να την πραγματοποιήσει μέσω ενός διαδικτυακού ταξιδιωτικού γραφείου, ενώ το υπόλοιπο 26% επιλέγει τις σελίδες αεροπορικών εταιρειών. Μελετώντας αυτά τα στοιχεία, διακρίνουμε ότι η πλειονότητα των χρηστών (86%) ψάχνει και συγκρίνει τιμές σε παραπάνω από δύο ιστοσελίδες προκειμένου να προχωρήσει σε κράτηση αεροπορικών

εισιτηρίων. Οι συγκρίσεις τιμών πραγματοποιούνται είτε σε σελίδες διαδικτυακών ταξιδιωτικών γραφείων είτε αεροπορικών εταιρειών.

Πρωταρχικό κριτήριο επιλογής της ιστοσελίδας, μέσα από την οποία οι επιβάτες θα πραγματοποιήσουν τελικά την κράτηση των εισιτηρίων τους είναι οι τιμές που προσφέρει, το επίπεδο δυσκολίας της διαδικασίας, ενώ ιδιαίτερη βαρύτητα δίνουν και στην αξιοπιστία που τους εμπνέει η εκάστοτε ιστοσελίδα-εταιρεία.

Όπως και στην ευρωπαϊκή αγορά έτσι και στην ελληνική, τα 4 μεγάλα κανάλια διανομής κατέχουν κυρίαρχη θέση. Το Galileo ειδικότερα, σύμφωνα με κάποια στοιχεία κατέχει το μεγαλύτερο μέρος της αγοράς και όντας μέλος της Galileo International θεωρείται το δημοφιλέστερο σύστημα σε παγκόσμια κλίμακα. Το Amadeus αφορά κυρίως την ευρωπαϊκή τουριστική αγορά, το Sabre την τουριστική αγορά της Αμερικής και το Worldspan αποτελεί ένα ουδέτερο σύστημα κρατήσεων.

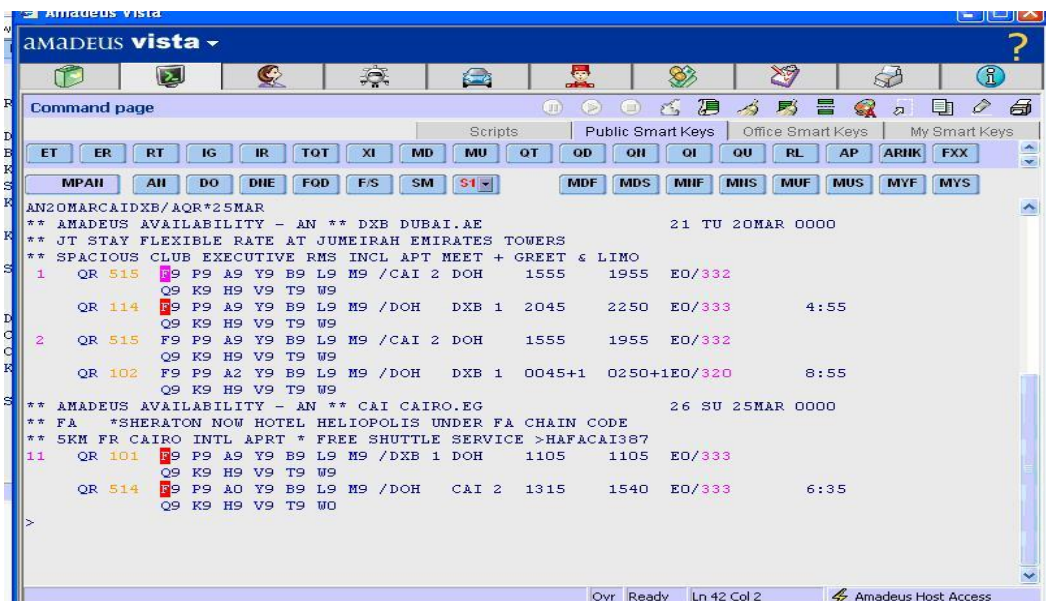
Στην Ελλάδα, μπορεί τα συστήματα αυτά να μην χρησιμοποιούνται στο σύνολο των δυνατοτήτων τους από τους χρήστες, η ανάπτυξη τους όμως κατά την διάρκεια της δεκαετίας του '90 ήταν ραγδαία. Ο λόγος που δεν αξιοποιούνται πλήρως τα συστήματα κρατήσεων είναι η διάρθρωση της τουριστικής αγοράς αλλά και ο κατακερματισμός των επιχειρήσεων με ανάλογες υπηρεσίες και υποδομή.

Η Amadeus Hellas

Η Amadeus Ελλάς αποτελεί την ελληνική θυγατρική της Amadeus, η οποία προσφέρει ένα μεγάλο φάσμα συμβουλευτικών υπηρεσιών, helpdesk, εκπαίδευσης και τεχνικής υποστήριξης πελατών, με στόχο να καλύψει τις ολοένα αυξανόμενες απαιτήσεις του κλάδου των ταξιδιωτικών πρακτορείων σε Ελλάδα και Κύπρο.

Μεταξύ των προϊόντων της περιλαμβάνονται:

- Το Amadeus Vista, το οποίο ένα λειτουργικό σύστημα κρατήσεων
- Το Amadeus Air



Το Amadeus Air προσφέρει πληροφορίες δρομολογίων και διαθεσιμότητας θέσεων στο 95% του παγκόσμιου αριθμού προγραμματισμένων αεροπορικών θέσεων που διατίθενται online, με περισσότερες από 470 αεροπορικές εταιρίες παγκοσμίως.

4.2 Η χρήση των Παγκόσμιων Καναλιών Διανομής στις Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις

Οι εφαρμογές της πληροφορικής στα πλαίσια της ανάπτυξης και της διαχείρισης ενός μηχανογραφημένου κεντρικού συστήματος κρατήσεων, επεκτείνονται στην παροχή σαφούς πληροφόρησης σε σχέση με τα διαθέσιμα δωμάτια μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης. Η χρήση των GDS από τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις έχει σαν στόχο την αποτελεσματική διάθεση των διαθέσιμων κλινών, με απευθείας πώλησή τους σε νέες αγορές, καθώς και την αύξηση της ετήσιας πληρότητάς τους και των εσόδων τους. Σημαντική κινητικότητα όσον αφορά τα συστήματα κρατήσεων έχουν αναπτύξει οι μεγάλες αλυσίδες ξενοδοχείων που βρίσκονται στην Ελλάδα (Hilton, Intercontinental, Holiday Inn κ.λ.π.), που διαθέτουν τα δωμάτια των ξενοδοχείων τους, με κύριο πλεονέκτημα την επωνυμία τους (brand name).

Παρόλ' αυτά, πάρα πολλά ξενοδοχεία, πέρα της διάθεσης τωνωματίων, είναι δυνατό να προσφέρουν και άλλα προϊόντα όπως είναι οι αίθουσες εκδηλώσεων, τα επισιτιστικά τμήματα, οι αίθουσες συνεδρίων, οι εγκαταστάσεις άθλησης και αναψυχής κ.λ.π. όπου κύριος στόχος είναι η καθημερινή πώληση αυτών, για το χρονικό διάστημα που διαρκεί η λειτουργία τους.

Οι ξενοδοχειακές μονάδες έχουν την δυνατότητα πλέον, με την βοήθεια ενός απλού ηλεκτρονικού υπολογιστή και ενός modem επικοινωνίας, να συνδεθούν στο κεντρικό σύστημα κρατήσεων και να το χρησιμοποιούν με τους ακόλουθους τρόπους:

1. Αναζήτηση πληροφοριών για τα διαθέσιμα δωμάτια της ίδιας γεωγραφικής ζώνης ή για το σύνολο της χώρας.
2. Ενημέρωση του συστήματος για τα δωμάτια που έχουν προς διάθεση, τους τύπους των δωματίων, την προσφερόμενη τιμή, τους όρους συνεργασίας, πρόσθετα facilities που ενδεχομένως παρέχονται.
3. Δυνατότητα πραγματοποίησης κράτησης σε διάφορα άλλα τμήματα του ξενοδοχείου εκτός των δωματίων π.χ. επισιτιστικά τμήματα ή ακόμη και κράτηση σε κάποιον από τους χώρους συνεδρίων, άθλησης κ.λ.π.
4. Δυνατότητα κράτησης σε άλλη μονάδα της περιοχής τους (περίπτωση overbooking) ή ιδιοκτησίας τους (όμιλος ξενοδοχείων).
5. Δυνατότητα εφαρμογής του Yield Management.
6. Άντληση πολλαπλών πληροφοριών (τουριστικές, οικονομικές, φορολογικές, νομοθετικές κ.λ.π.) καθώς και μικρές αγγελίες που σχετίζονται με την αγορά εργασίας.

Επίσης, το σύστημα κρατήσεων δίνει την δυνατότητα στην ξενοδοχειακή επιχείρηση να αυξήσει και να διευρύνει το πελατολόγιό της, αφού θα μπορεί να διαθέτει δωμάτια απευθείας σε νέες αγορές που δεν είχαν μέχρι σήμερα εύκολη πρόσβαση π.χ. εμπορικές εταιρίες, γραφεία ταξιδίων, κ.λ.π. ενώ παρέχει επίσης μεγάλη διαφημιστική προβολή με σχετικά χαμηλό κόστος. Επιπλέον, μπορεί να αποδειχθεί σημαντικό εργαλείο όσον αφορά τον υπολογισμό της ζήτησης, παρακολουθώντας το βαθμό χρησιμοποίησης συγκεκριμένων καταλόγων καθώς και να αποτελέσει σημαντικό βοήθημα προς το τμήμα μάρκετινγκ και πωλήσεων του ξενοδοχείου, παρακολουθώντας οικονομικά στοιχεία, στοιχεία αρχικής προέλευσης

κράτησης, δυνητικής αγοράς και ιδιαίτερων προτιμήσεων. Στα πλαίσια της ανάλυσης της ζήτησης της αγοράς, η αξιοποίηση των μετρήσιμων αποτελεσμάτων της παραγωγικότητας συγκεκριμένων καταλόγων μπορεί να βοηθήσει σημαντικά στον καλύτερο σχεδιασμό της τιμολογιακής πολιτικής και συνεπώς στην διαμόρφωση της προσφοράς.

Κεφάλαιο 5

5.1 Η μελλοντική εξέλιξη των Παγκόσμιων Καναλιών Διανομής στον τουριστικό τομέα

5.1 Η μελλοντική εξέλιξη των Παγκόσμιων Καναλιών Διανομής στον τουριστικό τομέα

Αν επιχειρήσουμε να προβλέψουμε μελλοντικές εξελίξεις στο χώρο, θα μπορούσαμε να υποστηρίξουμε ότι η τάση που διαφαίνεται στον ορίζοντα, προβλέπει την σταδιακή ένταξη των τουριστών – καταναλωτών αλλά και των παραγωγών / ενδιάμεσων, σε ένα μεγάλο διαδίκτυο, όπου οι μεν και οι δεν, θα ανταγωνίζονται με θεμιτά μέσα, στο σύνολο των μεταβλητών / παραγόντων που συνθέτουν.

Η διεύρυνση της διαφοροποίησης των προϊόντων που προσφέρουν σήμερα τα CRS στηρίζεται στην ανάπτυξη νέων προϊόντων είτε για ιδιαίτερους τύπους τουριστικής μετακίνησης είτε για τους τρόπους διάθεσης των διαφόρων μορφών Ready Made Package Tour.

Το γεγονός ότι τα θαλάσσια ταξίδια και ιδιαίτερα οι κρουαζιέρες έχουν εισέλθει πλέον στο στάδιο της βιομηχανικής μαζικής παραγωγής και διάθεσης επέτρεψε στα συστήματα κρατήσεων να τα εντάξουν στο σύστημα διανομής τους. Η δημιουργία μιας τέτοιας διόδου για διάθεση έτοιμων θαλάσσιων πακέτων είναι πιο ισχυρή στην αμερικάνικη αγορά απ' ότι στην ευρωπαϊκή. Στην ευρωπαϊκή αγορά το ενδιαφέρον είναι μεγαλύτερο για τουριστικά ταξίδια με I.X. και στηρίζονται στην θαλάσσια επικοινωνία με ferry boat. Κύριος χώρος αυτής της τουριστικής μετακίνησης είναι η Μεσόγειος, το Αιγαίο, η Αδριατική και η πρόσβαση στην Σκανδιναβία μέσω Δανίας και Γερμανίας.

Η επέκταση μιας τέτοιας μορφής πρακτορείων στοχεύει όχι μόνο στην αύξηση των εσόδων αλλά στην συμβολή της διεύρυνσης των προσδοκιών αλλά και της προσφοράς προϊόντων στα πρακτορεία ταξιδίων.

Ένας άλλος τρόπος μετακίνησης που προσφέρεται για ένταξη στα GDS είναι η σιδηροδρομική τουριστική μετακίνηση η οποία στην ευρωπαϊκή κυρίως αγορά διαθέτει τεράστιες δυνατότητες εξαιτίας του μεγάλου όγκου των προς πώληση εισιτηρίων. Τα παραγόμενα ταξίδια – πακέτα μπορούν να αποτελέσουν προϊόντα διανομής των GDS μόνο στο βαθμό που θα καταστεί δυνατό να ξεπεραστεί το εμπόδιο της μεγάλης διαφοροποίησης τους, η οποία καθιστά ακόμη δύσκολη την επίδειξή τους προς τον πελάτη - τουρίστα. Η σχέση αυτών των προϊόντων με τις αεροπορικές μεταφορές επιτρέπει μεν την κράτηση αλλά αποκλείει ακόμα την ανά πάσα στιγμή ακριβή γνώση των διαθέσιμων στοιχείων, βασικά δηλαδή προϋπόθεση για την αξιοπιστία του συστήματος διανομής.

Τα αναφερόμενα προϊόντα – πακέτα βρίσκονται στο αρχικό στάδιο της ανάπτυξής τους από τα GDS, με σκοπό να διεισδύσουν στις αγορές των μεγάλων πρακτορείων τουρισμού που ελέγχουν πλήρως ακόμα την αγορά των Ready Package Tours. Στο στάδιο αυτό ορισμένα GDS όπως τα Dial Sabre, Galileo Link, Worldspan και World Dial Link κάνοντας χρήση τηλεπικοινωνιακών δικτύων χαμηλού κόστους, προσπαθούν να εισέλθουν στην αγορά έτοιμων πακέτων διαμέσου πρακτορείων με χαμηλό καθημερινό όγκο αεροπορικών κρατήσεων.

Προς την ίδια κατεύθυνση είναι και η ανάπτυξη ολοκληρωμένων back-office συστημάτων αφού εν μέρει έχει επιτευχθεί, τα οποία θα μπορούν να χειρίζονται όλες τις ανάγκες που έχει ένα τουριστικό πρακτορείο και χρήζουν ηλεκτρονικών εφαρμογών.

Είναι προφανές ότι οι υπηρεσίες αυτές προς τους παραγωγούς που συμμετέχουν ή συνεργάζονται με ένα σύστημα κρατήσεων, μειώνουν το κόστος παραγωγής τους σε σύγκριση με την εφαρμογή των αντίστοιχων εργασιών από αυτούς τους ίδιους.

Από την άλλη όμως μεριά, θα συγκεντρώσει την παραγωγή της συνολικής ταξιδιωτικής προσφοράς στα χέρια αυτών των συστημάτων που θα ελέγχουν όχι μόνο την αγορά αυτών των παραγωγών αλλά και τους εσωτερικούς όρους παραγωγής τους και συνακόλουθα τους ίδιους τους παραγωγούς.

Μια άλλη τάση που διαμορφώνεται ήδη στην παραγωγή των GDS, είναι από την μια μεριά η εισαγωγή και επέκταση νέων μορφών διανομής και από την άλλη η επίδραση που έχουν σ' αυτά οι “λεωφόροι πληροφοριών” και τα πολυμέσα, καθώς και ορισμένες εφαρμογές στην βιομηχανία των τουριστικών ταξιδιωτικών μετακινήσεων. Σήμερα ο πελάτης τουρίστας έχει άκρως περιορισμένες

ελευθερίες επιλογής για να αποφασίσει για να αποφασίσει για ένα ταξίδι – πακέτο. Αιτία είναι ότι δεν έχει άλλη επιλογή απ' το να ξεφυλλίσει μια μπροσούρα που εκδίδει. Μ' αυτό τον τρόπο η παρεχόμενη πληροφόρηση είναι πολύ περιληπτική αφού περιορίζεται σε μια φωτογραφία από τον τόπο προορισμού και σε ένα κατάλογο με ημερομηνίες και τιμές. Οι κατάλογοι που θα προσφέρουν τα πολυμέσα (ήδη προσφέρουν μερικοί μεγάλοι tour operators), θα είναι τελείως διαφορετικοί αφού αυτοί θα μπορούν να πληροφορούνται και να επιλέγουν τον τόπο του ταξιδιού, τον χώρο προορισμού, την απόσταση, τις ημερομηνίες αναχώρησης και επιστροφής, εναλλακτικές τιμές μέσα από την οθόνη που θα έχουν μπροστά τους.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Σύμφωνα με τις αρχές του Μάρκετινγκ κάθε προϊόν κατάλληλο για τις ανάγκες του καταναλωτή δε μπορεί να τον ικανοποιήσει αν δεν βρίσκεται στον κατάλληλο τόπο και χρόνο που αυτός θα το ζητήσει. Επίσης, η ανάγκη να υπάρχει το προϊόν όπου και όταν το χρειάζεται ο τελικός αγοραστής πραγματοποιείται με ένα σύστημα διανομής. Οι αρχές αυτές ισχύουν και για τον τομέα του Τουρισμού. Επομένως, επιβάλλεται να καθοριστεί το πιο οικονομικό και αποδοτικό σύστημα για τη διανομή του τουριστικού προϊόντος και τη διάθεσή του στην αγορά. Εκείνο που διακινείται στον τουρισμό δεν είναι το ίδιο το προϊόν, αλλά το δικαίωμα χρήσης του. Έτσι, καθορίζεται ως περιεχόμενο της διανομής η προσέλκυση τουριστών-αγοραστών με την παροχή όλων των αναγκαίων πληροφοριών για το προϊόν, ώστε να ξεπεραστεί η απόσταση ανάμεσα στον καταναλωτή και τον τόπο παραγωγής.

Για να πραγματοποιηθεί η μεταφορά στην αγορά, του δικαιώματος χρήσης του τουριστικού προϊόντος, σύμφωνα με την πολιτική διανομής που ακολουθείται, απαιτούνται ορισμένοι αγωγοί - κανάλια, τα οποία ονομάζονται δίκτυα διανομής.

Οι κυριότεροι διανομείς του τουριστικού προϊόντος είναι οι μεσάζοντες του τουρισμού, δηλ. εταιρείες οι οποίες διανέμουν το τουριστικό προϊόν στον τελικό καταναλωτή. Υπάρχουν διάφοροι τύποι μεσαζόντων στον τουρισμό, δύο από τους κυριότερους είναι οι ταξιδιωτικοί πράκτορες και οι tour operators. Οι ταξιδιωτικοί πράκτορες οργανώνουν και διανέμουν τα προϊόντα τους κυρίως σε μεμονωμένους ταξιδιώτες, παρότι ορισμένοι

ειδικεύονται σε συγκεκριμένα κομμάτια του τουριστικού πακέτου και ορισμένοι σχεδιάζουν και πουλάνε τα δικά τους τουριστικά πακέτα. Οι tour operators σχεδιάζουν τουριστικά πακέτα και τα πουλάνε είτε απ' ευθείας στον ταξιδιώτη είτε μέσω ενός ταξιδιωτικού πράκτορα.

Οι μεσάζοντες του τουρισμού, όλων των κατηγοριών, χρησιμοποιούν εντατικά την πληροφορία και επομένως χρειάζονται τις εφαρμογές της πληροφορικής για να την επεξεργαστούν. Γενικά, οι μεσάζοντες (ταξιδιωτικά γραφεία) είναι καλύτερα εξοπλισμένοι τεχνολογικά από τους επιχειρηματίες των τουριστικών συγκροτημάτων λόγω της σπουδαιότητας των πληροφοριών και της επικοινωνίας για το όφελος των επιχειρήσεων τους. Όντως, η πληροφορία πάνω σε τουριστικά προϊόντα, προορισμούς, ωράρια, τιμές και διαθεσιμότητα είναι το πιο σημαντικό προϊόν τους και προσδιορίζει την ύπαρξή τους.

Όσες περισσότερες πληροφορίες μέσω ηλεκτρονικού μέσου έχει ο ενδιάμεσος του τουρισμού, τόσες περισσότερες πληροφορίες, ακριβείς και με ταχύτητα, μπορεί να δώσει στον πελάτη. Η εφαρμογή της πληροφορικής είναι απαραίτητη στο να αυξηθεί η εγκυρότητα, η παραγωγικότητα και η πελατεία των ταξιδιωτικών πρακτόρων. Η σχέση τους με τα σύγχρονα ηλεκτρονικά κανάλια διανομής των τουριστικών προϊόντων επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό την επιβίωση και την περαιτέρω ανάπτυξη των δραστηριοτήτων τους.

Η τάση για ολοκλήρωση στον κλάδο των ταξιδιών, η οποία θα δώσει τη δυνατότητα στις τουριστικές επιχειρήσεις να ασκήσουν μεγαλύτερο έλεγχο επί των συστημάτων διανομής μέσω των καταστημάτων λιανικής που διαθέτουν, είναι μια άλλη τάση η οποία πρέπει να απασχολεί τον ανεξάρτητο πράκτορα.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Μας δίνεται η ευκαιρία με την περάτωση της παρούσας πτυχιακής να σημειώσω ότι είναι ιδιαίτερα δύσκολο και κοπιαστικό να ολοκληρώσει το έργο που ξεκινά κάποιος μια στιγμή έχοντας ταυτόχρονα και άλλες υποχρεώσεις που πρέπει να διεκπεραιώσει. Πολλές φορές είναι μάταιο και άλλες πάλι εφικτό.

Γι' αυτόν ακριβώς το λόγο θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε ιδιαίτερα τον εισηγητή μας κ. Παναγιώτη Κασσιανίδη που μας ενέπνευσε να ασχοληθούμε με το συγκεκριμένο θέμα, καθώς και για την υπομονή και καθοδήγηση του, καθ' όλη τη διάρκεια της ενασχόλησης μας με τη πτυχιακή εργασία. Η συνεργασία μας μαζί του και η βοήθεια του ήταν πολύτιμη.

Εν κατακλείδι θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τα κοντινά μας πρόσωπα, την οικογένεια και τους φίλους μας, για την υποστήριξη και την κατανόηση που μας παρείχαν όλο αυτό το διάστημα και για τον λίγο χρόνο που τους αφιερώσαμε με την ελπίδα να τους το ανταποδώσουμε τα επόμενα χρόνια.

Θεσσαλονίκη, Φεβρουάριος 2019

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Συστήματα Ηλεκτρονικών κρατήσεων στον Τουρισμό - Από τα CRSs στα GDSs, Βασιλική Κατσώνη. Εκδόσεις Interbooks, (2006)
- Συστήματα Κρατήσεων στον Τουριστικό τομέα, Θεοχάρης, Ν. Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα (2006)
- Οργάνωση Τουριστικών Πακέτων, Γασπαρινάτος, Σ. & Μαζαράκη – Αλεξιάδη Ε. Εκδόσεις Έλλην, Αθήνα (2003)
- Μάνατζμεντ των Tour Operators και των τουριστικών γραφείων - Βιτουλαδίτη Ουρ., Πάτρα. (2000)
- Ταξιδιωτικά Πρακτορεία, Σωτηριάδης Μ., Εκδόσεις Προπομπός Αθήνα (2006)
- E-business Forum. Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες και Εφαρμογές στον Τουρισμό: Ισχύουσα Κατάσταση και Προοπτικές.
- Πληροφορική στον Τουρισμό, Σακελλαρίδης Οδ. Πάτρα. (1999)
- Marketing In Travel and Tourism, Middleton V. (2001)
- Tourism Management, Information Technology and Travel Agency, Bennett M. Marion (1993)
- Information Technology for Travel and Tourism, Gary Inkpen, 2nd Edition. Published by Longman, England 1994.
- Electronic Information Distribution in Tourism and Hospitality, , CAB International Publications, O' Connor, P. (1999)

Websites

- en.wikipedia.org
- www.amadeus.net
- www.sabretravelnetwork.com
- www.travelport.com
- www.sabre.com
- www.iata.org
- www.tritonds.com
- www.genesys.net
- www.sita.aero
- www.traveldailynews.com
- www.traveldailynews.gr
- www.ebusinessforum.gr
- www.travelocity.com