

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ
ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΑΠΟ ΤΙΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ
ΔΙΑΝΟΜΗ ΚΑΙ ΠΩΛΗΣΗ ONLINE
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ-OPENJAWS
TECHNOLOGIES»**

ΤΖΙΩΤΗ ΜΑΡΙΑ

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΑΛΚΙΒΙΑΔΗΣ ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ

ΠΑΤΡΑ, Δεκέμβριος 2011

Πρόλογος

Η σωστή λειτουργία της σύγχρονης τουριστικής βιομηχανίας απαιτεί μεγάλο όγκο πληροφοριών και δεδομένων. Αυτό συμβαίνει διότι η ποικιλία των προσφερόμενων τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών διευρύνεται συνεχώς, με νέα προϊόντα και προμηθευτές να εισέρχονται καθημερινά στην παγκόσμια τουριστική αγορά ενώ και οι αποστάσεις μεταξύ αυτών και των πελατών ολοένα και αυξάνονται καθιστώντας αναγκαία τη γρήγορη, ευέλικτη και αποτελεσματική επικοινωνία.

Επομένως η υποστήριξη των νέων τεχνολογιών της πληροφορικής επηρεάζει καταλυτικά τη λειτουργία και την αποτελεσματικότητα του κλάδου. Η ανταλλαγή δεδομένων και πληροφοριών σχετικά με την πώληση και τη διανομή του τουριστικού προϊόντος έγινε ταχύτερη, ασφαλέστερη και αποδοτικότερη με τη δημιουργία και τη χρήση των Παγκοσμίων Καναλιών Διανομής (Global Distribution Systems – GDS). Πρόκειται για βάσεις δεδομένων που επιτρέπουν στις επιχειρήσεις του τουριστικού κλάδου τη διαχείριση των δεδομένων τους κάνοντάς τες παράλληλα προσιτές στα κανάλια διανομής των διαφόρων συνεργατών τους ενώ αποτελούν και ένα διάμεσο επικοινωνίας με τους πελάτες τους. Η χρήση των GDS είναι ιδιαίτερα εκτεταμένη και έχει μετασχηματίσει τη δομή του τουριστικού τομέα. Οι ανάγκες όμως των πελατών, συνεχώς αυξάνονται και γίνονται πιο απαιτητικές. Η θέληση των μη-ανεξάρτητων πελατών να μπορούν να διαχειρίζονται μόνοι τους την οργάνωση ενός ταξιδιού, έδωσε το έναυσμα για την δημιουργία των Καναλιών Διανομής Internet (Internet Distribution Systems – IDS).

Επιπλέον, η αυξανόμενη τάση για εκτεταμένη χρήση του διαδικτύου στην αναζήτηση και στην κράτηση τουριστικών προϊόντων, όπως οι αεροπορικές πτήσεις, η διαμονή στα ξενοδοχεία, η ενοικίαση αυτοκινήτου αλλά και οι δραστηριότητες προορισμού οδήγησε σε πολλές εταιρείες πληροφορικής στη δημιουργία λογισμικών για την online διανομή και πώληση τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών. Ο κλάδος αυτός παρουσιάζει ιδιαίτερη άνθηση και ολοένα και περισσότερες εταιρείες ασχολούνται με το αντικείμενο αυτό.

Περίληψη

Στόχος της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι η μελέτη της επίδρασης που άσκησαν και ασκούν τα Παγκόσμια Κανάλια Διανομής (GDS) στην τουριστική βιομηχανία, η συμβολή των Καναλιών Διανομής Internet (IDS) και η παρουσίαση των Open Jaw Technologies σαν ένα εναλλακτικό μέσο για την online διανομή και πώληση του τουριστικού προϊόντος.

Αρχικά αναλύεται ο ρόλος των Παγκοσμίων Καναλιών Διανομής (GDS) στη τουριστική βιομηχανία, παρουσιάζονται οι υπηρεσίες που μπορούν να προσφέρουν σε αυτήν και γίνεται μια σύγκριση των πλεονεκτημάτων και των μειονεκτημάτων που προκύπτουν από τη χρήση τους.

Στη συνέχεια, ακολουθεί η περιγραφή των τεσσάρων σημαντικότερων Παγκοσμίων Καναλιών Διανομής (GDS) τα οποία έχουν πολυετή ενεργή παρουσία στην τουριστική αγορά και κατέχουν το μεγαλύτερο μερίδιό της. Έπειτα ακολουθεί η περιγραφή των Καναλιών Διανομής Internet (IDS) και των προϊόντων αυτών.

Στο τελευταίο κεφάλαιο, παρουσιάζεται η εταιρία Open Jaw Technologies και αναλύονται τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρουν στην τουριστική βιομηχανία για τη διαχείριση της διαμονής, των κρατήσεων αλλά και των δραστηριοτήτων και γεγονότων που λαμβάνουν χώρα στους διάφορους προορισμούς. Επίσης περιγράφονται οι επιχειρηματικές λύσεις λογισμικού που προσφέρουν στις αεροπορικές εταιρείες, τους ταξιδιωτικούς οργανισμούς, τους ξενοδοχειακούς διαμεσολαβητές και στα διαδικτυακά τουριστικά πρακτορεία.

Περιεχόμενα

<i>Πρόλογος</i>	ii
<i>Περίληψη</i>	iii
<i>Πίνακας Περιεχομένων</i>	iv
<i>Πίνακας Εικόνων</i>	vi

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1⁰

Ο ρόλος των Παγκοσμίων Καναλιών Διανομής (Global Distribution Systems – GDS) στην Τουριστική Βιομηχανία	1
<i>1.1 Εισαγωγή</i>	1
<i>1.2 Ορισμός των GDS</i>	4
<i>1.3 Τρόπος Λειτουργίας των GDS</i>	5
<i>1.4 Υπηρεσίες που προσφέρουν τα Παγκόσμια Κανάλια Διανομής GDS</i>	7
1.4.1 Υπηρεσίες των GDS που σχετίζονται με τα αεροπορικά ταξίδια.....	7
1.4.2 Υπηρεσίες των GDS που σχετίζονται με τις ξενοδοχειακές μονάδες	7
1.4.3 Υπηρεσίες των GDS που σχετίζονται με τα τουριστικά πρακτορεία	8
<i>1.5 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα των GDS</i>	9
1.5.1 Τα πλεονεκτήματα που προσφέρουν τα GDS.....	9
1.5.2 Τα μειονεκτήματα των GDS	12
<i>1.6 Η σημασία και ο ρόλος των Παγκόσμιων Καναλιών Διανομής</i>	14

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2⁰

Τα σημαντικότερα Global Distribution Systems - GDS	16
<i>2.1 Amadeus</i>	16
2.1.1 Ιστορία του Amadeus.....	16
2.1.2. Η παρουσία του Amadeus στην παγκόσμια αγορά.....	17
2.1.3. Τα προϊόντα του Amadeus.....	18
2.1.3.1. Amadeus Air	20
2.1.3.2. Amadeus Hotels	21
2.1.3.3. Amadeus Cars Plus	22
2.1.3.4. Amadeus Rail.....	23
2.1.4 Το Amadeus Hellas.....	24
<i>2.2. Galileo International</i>	24
2.2.1. Η ιστορία του Galileo International	24
2.2.2. Η παρουσία του Galileo International στην παγκόσμια αγορά	25
2.2.3. Τα προϊόντα του Galileo International.....	26
2.2.3.1. Travelport ViewTrip™	26

2.2.3.2. Galileo Agency Private Fares	27
2.2.3.3. Galileo Airline Private Fares	28
2.2.3.4. Travelport 360 Fares	28
2.2.4. Η Galileo Hellas SA.....	28
2.3. Sabre	29
2.3.1. Η ιστορία του Sabre	29
2.3.2. Η παρουσία του Sabre στην παγκόσμια αγορά.....	30
2.3.3. Τα προϊόντα του Sabre.....	31
2.3.3.1. Sabre Airline Solutions	32
2.3.3.2. Sabre Hotels	32
2.3.3.3. Sabre Sonic Web.....	33
2.4. Worldspan.....	34
2.4.1. Η Ιστορία του Worldspan	34
2.4.2. Η παρουσία του Worldspan στην παγκόσμια αγορά	35
2.4.3. Τα προϊόντα της Worldspan.....	35
2.4.3.1. Worldspan Airline Source.....	36
2.4.3.2. Worldspan Securate Air Plus	37
2.4.3.3. Worldspan Hotel Solutions	37
2.4.3.4. Travelport Cruise & Tour for Supplier.....	38
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3⁰	
Τα σημαντικότερα Internet Distribution Systems – IDS	40
3.1. <u>www.Expedia.com</u>	44
3.2. <u>www.Travelocity.com</u>	45
3.3. <u>www.Booking.com</u>.....	45
3.4. <u>www.Tripadvisor.com</u>.....	46
3.5. <u>www.Hotels.com</u>	47
3.6. <u>www.Venere.com</u>.....	48
3.7. <u>www.Orbitz.com</u>	49
3.8. <u>www.Lastminute.com</u>	50
3.9. <u>www.Hotwire.com</u>	51
3.10. <u>www.cnnTraveller.com</u>	52
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4⁰	
Η περίπτωση της OpenJaw Technologies. Προϊόντα και υπηρεσίες που προσφέρει στην τουριστική βιομηχανία	55

4.1 Η OpenJaw Technologies	56
4.2 Προϊόντα και υπηρεσίες της OpenJaw Technologies	57
4.2.1 X Distributor	60
4.2.2 xRez	63
4.2.3 xRezAgent.....	64
4.2.4 xHotel.....	66
4.2.5 xEvent	69
4.2.6 xLocation	71
4.3 Πακέτα επιχειρηματικών λύσεων της OpenJaw Technologies	72
4.3.1 Επιχειρηματικές λύσεις για αεροπορικές εταιρείες	74
4.3.2 Επιχειρηματικές λύσεις για ταξιδιωτικούς οργανισμούς.....	76
4.3.3 Επιχειρηματικές λύσεις για ξενοδοχειακούς διαμεσολαβητές	77
4.3.4 Επιχειρηματικές λύσεις για διαδικτυακά τουριστικά πρακτορεία.....	78
ΚΕΦΑΛΛΑΙΟ 5^ο	
Συμπεράσματα	80
ΚΕΦΑΛΛΑΙΟ 6^ο	
Βιβλιογραφία	82

Πίνακας Εικόνων

Εικόνα 1	Αρχική σελίδα www.expedia.com	Σελ. 44
Εικόνα 2	Αρχική σελίδα www.travelocity.com	Σελ. 45
Εικόνα 3	Αρχική σελίδα www.booking.com	Σελ. 46
Εικόνα 4	Αρχική σελίδα www.tripadvisor.com	Σελ. 47
Εικόνα 5	Αρχική σελίδα www.hotels.com	Σελ. 48
Εικόνα 6	Αρχική σελίδα www.venere.com	Σελ.49
Εικόνα 7	Αρχική σελίδα www.orbitz.com	Σελ.50
Εικόνα 8	Αρχική σελίδα www.lastminute.com	Σελ.51
Εικόνα 9	Αρχική σελίδα www.hotwire.com	Σελ.52
Εικόνα 10	Αρχική σελίδα www.cnnTraveler.com	Σελ.53

Εικόνα 11	Γραφική αναπαράσταση των προϊόντων της εταιρείας	Σελ.59
Εικόνα 12	Γραφική αναπαράσταση της λειτουργίας του xDistributor	Σελ.61
Εικόνα 13	Γραφική αναπαράσταση της λειτουργίας του xRez	Σελ.63
Εικόνα 14	Γραφική αναπαράσταση της λειτουργίας του xHotel	Σελ.67
Εικόνα 15	Γραφική αναπαράσταση της λειτουργίας του xEvent	Σελ.70

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον καθηγητή μου κ. Αλκιβιάδη Παναγόπουλο, για την εποπτεία και τη σωστή καθοδήγηση του όλο αυτό το διάστημα, παρότι ήταν δύσκολο λόγω της απόστασης από το τμήμα σπουδών. Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένεια μου, που όλα αυτά τα χρόνια ήταν δίπλα μου, υποστηρίζοντας την επιλογή μου. Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους αυτούς τους φίλους που απέκτησα κατά τη διάρκεια των φοιτητικών μου χρόνων και που θα μείνουν φίλοι παντοτινοί.

Μαρία Κ. Τζιώτη

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1⁰

Ο ρόλος των Παγκοσμίων Καναλιών Διανομής (Global Distribution Systems – GDS) στην Τουριστική Βιομηχανία

1.1 Εισαγωγή

Η βιομηχανία του τουρισμού, στη σύγχρονη παγκόσμια οικονομική πραγματικότητα, επηρεάζεται έντονα και μετασχηματίζεται απ' τις νέες Τεχνολογίες Πληροφορίας και Επικοινωνιών. Αυτό συμβαίνει λόγω της ιδιαίτερης φύσης του τουριστικού προϊόντος, διότι η εκ των προτέρων αξιολόγηση μίας τουριστικής υπηρεσίας ή ενός προϊόντος δεν είναι εφικτή, καθώς οι τουρίστες θα πρέπει να απομακρυνθούν από το καθημερινό τους περιβάλλον για να προβούν στην κατανάλωσή του. Επομένως για τη διάθεση και την πώληση του τουριστικού προϊόντος στον τελικό καταναλωτή είναι απαραίτητη η παροχή αναλυτικής πληροφόρησης. Επίσης μεγάλος όγκος πληροφοριών κατευθύνεται από και προς τους προμηθευτές, με αποτέλεσμα να υπάρχει υψηλό πληροφοριακό κόστος και συχνές πληροφοριακές ελλείψεις στην αγορά. Οι νέες αυτές συνθήκες δημιούργησαν την ανάγκη για αποδοτική συνεργασία και για εργαλεία παγκοσμιοποίησης της αγοράς φέρνοντας ριζικές αλλαγές στον τρόπο διαχείρισης του τουρισμού. (Turban et al. , 2008)

Για το σκοπό αυτό διατίθεται μία πληθώρα ηλεκτρονικών υπηρεσιών και εφαρμογών, κατάλληλων για να ικανοποιήσουν τις εξειδικευμένες ανάγκες των διαφορετικών κατηγοριών τουριστικών παραγόντων και φορέων παρέχοντας ποικίλα και διαφορετικά οφέλη ανάλογα με το πλαίσιο εφαρμογής και χρησιμοποίησής τους.. Η χρήση τους δεν περιορίζεται στις εσωτερικές διεργασίες των επιχειρήσεων του τουριστικού κλάδου αλλά χρησιμοποιούνται σε μεγάλο βαθμό και για τη δικτυακή διασύνδεση μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου αλλά και για την ηλεκτρονική διανομή του τουριστικού προϊόντος. Λόγω της μεγάλης απόστασης μεταξύ των επιχειρήσεων που παράγουν τουριστικά προϊόντα και των τελικών καταναλωτών αυτών των προϊόντων δημιουργήθηκαν, με την πάροδο των ετών, διαφόρων μορφών ηλεκτρονικά συστήματα και δίκτυα διανομής.(Βαρβαρέσος, 2004).

Τη δεκαετία του '60, ο κλάδος των αερομεταφορών άρχισε να γνωρίζει μεγάλη άνθηση και ολοένα και περισσότεροι ταξιδιώτες στρέφονταν προς τις αεροπορικές πτήσεις για να πραγματοποιήσουν μεγάλων ή μικρών αποστάσεων ταξίδια. Ταυτόχρονα άρχισε και η δημιουργία μεγάλων ταξιδιωτικών οργανισμών που ασχολούνταν με την προώθηση και την πώληση ταξιδιών που περιελάμβαναν και αεροπορική πτήση. Αυτό κατέστησε αναγκαία τη διαχείριση μεγάλου όγκου πληροφοριών, κάτι που δεν μπορούσε να γίνει μέσω της χειρόγραφης μεθόδου κρατήσεων αλλά έπρεπε να αντικατασταθεί με τη χρήση των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών που μπορούσαν να πραγματοποιήσουν τις ίδιες ενέργειες με μεγαλύτερη αξιοπιστία και σε λιγότερο χρόνο.

Προς αυτήν την κατεύθυνση, τη δεκαετία αυτή δημιουργήθηκαν τα πρώτα μηχανογραφημένα συστήματα κρατήσεων (Computer Reservation Systems, CRS), από την IBM σε συνεργασία με μεγάλες αεροπορικές εταιρείες και αποτελούν ηλεκτρονικά συστήματα κρατήσεων που προσφέρουν πληροφόρηση για τα ταξίδια και τα σχετικά με αυτά προϊόντα. Τα CRS δεν παρέχουν μόνο πληροφορίες αλλά χρησιμοποιούνται και για την πώληση αυτών των προϊόντων ενώ βαθμιαία μετεξελίχθηκαν σε συστήματα διανομής και ανταλλαγής πληροφοριών και κρατήσεων μεταξύ αεροπορικών εταιρειών και άλλων τουριστικών επιχειρήσεων.

Τη δεκαετία του '80, μεγάλες αεροπορικές εταιρείες προχώρησαν στη δημιουργία μεγαλύτερων συστημάτων, των Παγκοσμίων Καναλιών Διανομής (Global Distribution Systems – GDS), μέσω των οποίων δίνονταν η δυνατότητα αναζήτησης και κράτησης θέσεων στις πτήσεις όλων των αεροπορικών εταιριών που πραγματοποιούν πτήσεις μεταξύ των ζητούμενων από τον πελάτη προορισμών και όχι μόνον σε αυτές της ομάδας των ιδιοκτητριών αεροπορικών εταιριών. Τα GDS επομένως αποτελούν κατά κάποιον τρόπο την εξέλιξη των CRS, καθώς ένα CRS παρέχει συνήθως πληροφορίες για τους ναύλους μόνο της ιδιοκτήτριας αεροπορικής εταιρίας, ενώ ένα GDS οφείλει να ενημερώνει για τους ναύλους όλων των εταιριών ώστε να μπορεί να γίνει επιλογή της πιο συμφέρουσας τιμής. (Pease & Rowe, 2006).

Με τη πάροδο του χρόνου, τα GDS άρχισαν να εμπλουτίζονται με νέες υπηρεσίες μέσω της σύνδεσης τους με άλλα συστήματα όπως τα δίκτυα διανομής ξενοδοχειακών υπηρεσιών (Hotel Distribution Systems - HDS) αλλά και αργότερα με διάφορα συστήματα ενοικίασης αυτοκινήτων. Έτσι τα GDS κατάφεραν βαθμιαία να συνδέσουν τα γραφεία των αεροπορικών εταιριών με τους μεγάλους ταξιδιωτικούς οργανισμούς αλλά και τα μικρότερα ταξιδιωτικά πρακτορεία καθώς και με τους υπόλοιπους κλάδους παροχής τουριστικών

υπηρεσιών (ξενοδοχεία, ναυτιλιακές εταιρείες, εταιρείες ενοικιάσεως αυτοκινήτων) σε παγκόσμιο επίπεδο.

Πλέον, τα GDS αποτελούν τα κυριότερα συστήματα, παγκοσμίως, για τη διανομή του τουριστικού προϊόντος ενώ λειτουργούν σαν αυτόνομες επιχειρήσεις αποκομίζοντας υψηλά κέρδη μέσω των ποσοστών που εισπράττουν επί όλων των κρατήσεων που πραγματοποιούν. Το μεγαλύτερο μερίδιο της διεθνούς αγοράς ανήκει σε τέσσερα κραταιά GDS τα Galileo International, το Sabre, το Amadeus και το Worldspan τα οποία κατέχουν εξέχοντα ρόλο στην εξέλιξη των αγορών με τη διεκδίκηση σεβαστών κερδών και η παρουσία τους οδηγεί σε ανακατανομή της λειτουργίας της διευρυμένης αγοράς και του σύγχρονου μάρκετινγκ. (Λούκης,2002)

Στο σημείο αυτό, κρίνεται σκόπιμο να επισημανθεί πως τα τέσσερα αυτά GDS στα αρχικά του στάδια προχωρούσαν σε διάφορων μορφών διακρίσεις υπέρ των ιδιοκτητριών τους εταιριών και εις βάρος των άλλων εταιριών, οδηγώντας στη δημιουργία καταστάσεων αθέμιτου ανταγωνισμού και συνεπώς προβλημάτων στην υπόλοιπη αγορά. Έτσι στην περίπτωση της αναζήτησης διαθέσιμης πτήσης ανάμεσα σε δύο πόλεις για μία ορισμένη ημερομηνία , τα συστήματα αυτά εμφάνιζαν αρχικά τις πτήσεις των ιδιοκτητριών αεροπορικών εταιριών και στη συνέχεια της λίστας ακολουθούσαν αυτές των υπολοίπων αεροπορικών εταιριών, με αποτέλεσμα να μειώνεται η πιθανότητα επιλογής τους και κατά συνέπεια και οι πωλήσεις τους.

Η ανάγκη εξάλειψης των διακρίσεων και των λοιπών προβλημάτων που δημιουργήθηκαν μέσα από τον αθέμιτο ανταγωνισμό, οδήγησε στη θέσπιση ειδικών νομοθετικών κανόνων και ρυθμίσεων. Βάσει αυτών των ρυθμίσεων όλα τα GDS είναι υποχρεωμένα να προβαίνουν σε αντικειμενική παρουσίαση όλων των διαθέσιμων πτήσεων όλων των εταιριών, με τη σειρά να καθορίζεται σύμφωνα με ένα αντικειμενικό κριτήριο.

Τα GDS σήμερα, συνιστούν ένα από τα σημαντικότερα εργαλεία του τουριστικού κλάδου στον τομέα της διαχείρισης των ταξιδιωτικών συναλλαγών καθώς διαθέτουν μια σειρά δυνατοτήτων και πλεονεκτημάτων όπως η αξιοπιστία του πληροφοριακού του υλικού, ο σύντομος χρόνος ανταπόκρισης, η έγκυρη πληροφόρηση σε θέματα τιμών και το υψηλό επίπεδο παροχής υπηρεσιών μέσα από τη συνεχιζόμενη διεύρυνση των προϊόντων. Ο εξελιγμένος ηλεκτρονικός τους σχεδιασμός καθιστά εύκολη τη χρήση τους και προσφέρει μοναδική λειτουργικότητα και ευελιξία στην επεξεργασία και διανομή ταξιδιωτικών πληροφοριών. (Θεοχάρης, 2005).

Το βασικό τους μειονέκτημα συνίσταται στη δυσκολία εισόδου νέων επιχειρήσεων καθώς η ανάπτυξη των σχετικών συστημάτων απαιτεί μεγάλο κόστος ενώ απαιτείται η

πάροδος μιας μακράς περιόδου ωστόσο να πραγματοποιηθούν τα πρώτα κέρδη. Οι θετικές επιπτώσεις τους όμως είναι διάχυτες στο κλάδο της οικονομίας, του τουρισμού αλλά και του μάρκετινγκ.

1.2 Ορισμός των GDS

Σύμφωνα με τον ορισμό του Middleton (1994), στην τουριστική βιομηχανία Κανάλι Διανομής ονομάζεται «κάθε οργανωμένο σύστημα που προσανατολίζεται στην παροχή συγκεκριμένων σημείων πώλησης ή και πρόσβασης στους καταναλωτές, μακριά από την τοποθεσία της παραγωγής και της κατανάλωσης».

Επομένως, τα Παγκόσμια Κανάλια Διανομής (Global Distribution Channels - GDS) αποτελούν οργανωμένα συστήματα πληροφορικής με δυνατότητα αποθήκευσης μεγάλου όγκου πληροφοριών, μέσω της επεξεργασίας των οποίων είναι σε θέση να διανέμουν κρατήσεις και τουριστικές υπηρεσίες σε όλο τον κόσμο. Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, τα GDS είναι εταιρίες που ανήκουν σε φορείς του τουρισμού, κυρίως σε αεροπορικές εταιρίες, και έχουν ως κύρια δραστηριότητα τη προμήθεια διαφόρων συνδυασμών ταξιδιωτικών προϊόντων και άλλων σχετικών ταξιδιωτικών υπηρεσιών με δυνατότητα χρήσης τους, είτε από επιχειρηματίες του κλάδου είτε από τους ίδιους τους καταναλωτές.

Την τελευταία δεκαετία τα GDS έχουν διευρύνει τις παρεχόμενες τους υπηρεσίες και ασχολούνται ενεργά και με την προμήθεια, πώληση και διανομή τουριστικών προϊόντων όπως οι ενοικιάσεις αυτοκινήτων, τα εισιτήρια τρένων, πλοίων και λεωφορείων αλλά και υπηρεσιών όπως οι δραστηριότητες προορισμού. Η χρήση των GDS επιτρέπει τη γρήγορη αλλά ταυτόχρονα διεξοδική αναζήτηση πολλών κατηγοριών τουριστικών προϊόντων, για συγκεκριμένους προορισμούς και ημερομηνίες, σύμφωνα με τα ιδιαίτερα κριτήρια που έχει θέσει ο πελάτης. Επιπλέον, είναι δυνατή η πραγματοποίηση των κρατήσεων αυτών των τουριστικών προϊόντων, καθώς επίσης και οι εκτυπώσεις των αντίστοιχων εγγράφων για την παράδοσή τους στον πελάτη. (Κατσώνη, 2006)

Αξίζει να σημειωθεί ωστόσο, πως η χρήση των GDS στην ξενοδοχειακή βιομηχανία καθυστέρησε, καθώς την περίοδο που τα ταξιδιωτικά πρακτορεία χρησιμοποιούσαν τα πρώτα CRS, τα ξενοδοχεία είχαν επικεντρωθεί στην προσπάθεια εγκαθίδρυσης υπολογιστικών συστημάτων τα οποία είχαν σκοπό να συμβάλλουν στην εύρυθμη λειτουργία και διαχείριση των ξενοδοχειακών παροχών. Συνεπώς στο χρόνο που μεσολάβησε ενώ οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις πειραματιζόνταν και προσπαθούσαν να αναπτύξουν μια σειρά

από προηγμένα συστήματα κρατήσεων οι αεροπορικές εταιρίες είχαν ήδη εισαχθεί δυναμικά στην αγορά.

Στη συνέχεια, η επικοινωνία των ξενοδοχείων με τους μεγάλους ταξιδιωτικούς οργανισμούς και τα ταξιδιωτικά πρακτορεία γίνονταν μέσω των αεροπορικών GDS. Αυτό δημιουργούσε δυσκολίες στις ξενοδοχειακές μονάδες, αφού για να έρθουν σε επαφή με τα διάφορα παγκόσμια ταξιδιωτικά πρακτορεία όφειλαν πρώτα να επικοινωνήσουν με διαφορετικά κανάλια διανομής GDS. Εκτός από χρονοβόρες αυτές οι προσπάθειες επικοινωνίας των ξενοδοχείων αποτελούσαν και πολυδάπανες δραστηριότητες. Η αντιμετώπιση αυτού του ιδιαίτερα επίσημου, για τον ξενοδοχειακό κλάδο, δίαυλου επικοινωνίας, οδήγησε στη συσπείρωση των ξενοδοχείων και στη δημιουργία ενός προσωπικού, ιδιότυπου τύπου GDS. (Kanellopoulos, 2007)

1.3 Τρόπος Λειτουργίας των GDS

Η σύνδεση μιας τουριστικής επιχείρησης με ένα σύστημα GDS προϋποθέτει την ύπαρξη ενός τουλάχιστον τερματικού που να επικοινωνεί με το κεντρικό GDS για την ανταλλαγή δεδομένων. Σε κάθε τερματικό αντιστοιχεί και μια συγκεκριμένη διεύθυνση (Terminal Address- Διεύθυνση τερματικού), ώστε να αναγνωρίζεται άμεσα από το κεντρικό GDS και να εξασφαλίζεται η μεταξύ τους απρόσκοπτη επικοινωνία.

Τα πρώτα τερματικά GDS ήταν απλοί ηλεκτρονικοί υπολογιστές, που παρέχονταν από τις εταιρίες στις οποίες ανήκαν τα συστήματα GDS και είχαν ως βασική λειτουργία την αποστολή και λήψη διαφόρων πληροφοριών. Με την πάροδο των ετών οι επιχειρήσεις αποδεσμεύτηκαν από την υποχρέωση να προμηθεύονται τα τερματικά τους από τους πωλητές των GDS και τους δόθηκε η δυνατότητα να χρησιμοποιούν όποιους υπολογιστές επιθυμούσαν, αρκεί βέβαια να είναι συμβατοί με το υπόλοιπο σύστημα.

Στην περίπτωση, βέβαια, που η επιχείρηση δεν προμηθευτεί τον τεχνολογικό εξοπλισμό της από την εταιρεία του GDS οι παρεχόμενες από αυτήν τεχνικές υπηρεσίες θα χρειαστεί να επιβαρύνουν την ίδια την τουριστική επιχείρηση. Επίσης, είναι πιθανό να αναγκαστεί να προβεί στην πρόσληψη κατάλληλα καταρτισμένου υπαλλήλου καθώς μπορεί να παρουσιαστεί δυσκολία στη διαχείριση και στον έλεγχο των λειτουργιών των δικτύων όπως και του κάθε τερματικού χωριστά. Συνεπώς, η τουριστική επιχείρηση καλείται να αξιολογήσει τόσο τα πλεονεκτήματα όσο και τα μειονεκτήματα αυτής της πρακτικής και στη

συνέχεια να αποφασίσει με ποιο τρόπο θα προμηθευτεί τον εξοπλισμό της ώστε να εξυπηρετούνται καλύτερα τα συμφέροντά της. (Buhalis & Laws, 2001)

Η ύπαρξη περισσότερων του ενός τερματικών σε μία επιχείρηση απαιτεί τη δημιουργία μίας πύλης δικτύων ή ενός κεντρικού κόμβου μέσω των οποίων γίνεται συγκέντρωση των δεδομένων από το σύνολο των τερματικών και στη συνέχεια ακολουθεί η μετάδοσή τους από τη συγκεκριμένη επιχείρηση στο κεντρικό GDS με τη χρήση ενός μόντεμ και μιας τηλεφωνικής γραμμής. Με το σύστημα αυτό βρίσκεται συνδεδεμένος και ένας εκτυπωτής για την εκτύπωση των απαραίτητων εγγράφων. Ωστόσο η πιο διαδεδομένη τακτική είναι η σύνδεση των ηλεκτρονικών υπολογιστών σε ένα τοπικό δίκτυο με λογισμικό δικτύου στο οποίο ο server είναι αυτός που το καθοδηγεί, προσφέροντας διάφορες υπηρεσίες στους χρήστες του.

Η σύνδεση των τερματικών γίνεται μέσω διαφόρων μορφών καλωδιώσεων, με δημοφιλέστερη εκείνη των οπτικών ινών που αν και ακριβότερη προτιμάται περισσότερο, διότι προσφέρει υψηλό επίπεδο ασφαλείας και μεγάλες ταχύτητες ενώ σε κάθε σύνδεση μπορεί να στείλει μεγάλο όγκο δεδομένων. Στην αγορά υπάρχουν πολλά προϊόντα που μπορούν να καλύψουν τις διάφορες δικτυακές ανάγκες μίας επιχείρησης και κατασκευάζονται είτε από ειδικευμένες εταιρίες που έχουν σχέση με την τουριστική βιομηχανία είτε από τις ίδιες τις ιδιοκτήτριες εταιρίες των GDS. (Buhalis & Laws, 2001)

Τέλος, στην περίπτωση των εταιρειών που έχουν επιχειρηματική παρουσία και σε άλλες χώρες διαθέτοντας τοπικά γραφεία και αντιπροσωπείες, χρησιμοποιείται ένα άλλο είδος δικτύων ευρείας περιοχής, που επιτρέπει τη γρήγορη μετάδοση τόσο φωνητικών μηνυμάτων όσο και γραπτών δεδομένων στις διάφορες τοποθεσίες αλλά και την κοινή χρήση περιφερειακών, όπως ακριβώς συμβαίνει και σε ένα τοπικό δίκτυο. Οι μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις όπως είναι οι ξενοδοχειακές αλυσίδες, και οι πολυεθνικές εταιρείες ενοικιάσεως αυτοκινήτων συνηθίζουν εξαιτίας της μεγάλης γεωγραφικής διασποράς τους να εγκαθιστούν ιδιωτικά δίκτυα, μέσω μισθωμένων γραμμών. Στη δημιουργία των δικτύων αυτών σημαντικό ρόλο παίζει και το Internet καθώς χάρη στα εύχρηστα και διαδεδομένα πρωτόκολλα που χρησιμοποιεί προσφέρει σημαντικές ευκαιρίες για τη δημιουργία δικτύων διαφόρων επιπέδων πρόσβασης όπως το Intranet και το Extranet.

1.4 Υπηρεσίες που προσφέρουν τα Παγκόσμια Κανάλια Διανομής GDS

Τα Παγκόσμια Κανάλια Διανομής GDS προσφέρουν μία πληθώρα υπηρεσιών σε πολλών ειδών επιχειρήσεις της τουριστικής βιομηχανίας. Στα πλαίσια της παρούσας ενότητας οι προσφερόμενες υπηρεσίες χωρίστηκαν σε τρεις κατηγορίες, βάσει των σημαντικότερων χρηστών των συστημάτων, όπως αναφέρονται αναλυτικά παρακάτω.

1.4.1 Υπηρεσίες των GDS που σχετίζονται με τα αεροπορικά ταξίδια

Στην πρώτη κατηγορία ανήκουν οι λειτουργίες που αφορούν τα αεροπορικά ταξίδια. Αναλυτικά:

- Παροχή πληροφοριών σχετικών με τις πτήσεις, όπως η ύπαρξη διαθεσιμότητας, τα χρονοδιαγράμματά τους, το κόστος των ναύλων, η πολιτική που διέπει τους ναύλους καθώς και η δυνατότητα για απεριόριστες κρατήσεις.
- Παροχή πληροφοριών που αφορούν τον πελάτη, όπως η δημιουργία και η συμπλήρωση του φακέλου στοιχείων (PNR), τα δρομολόγια, οι ειδικές απαιτήσεις του κάθε πελάτη καθώς και τήρηση αρχείου για τους συχνούς πελάτες.
- Εκτύπωση των απαραίτητων εγγράφων όπως είναι τα εισιτήρια, οι κάρτες πρόσβασης (boarding pass) και οι λίστες των δρομολογίων. (Buhalis, 2000)

1.4.2 Υπηρεσίες των GDS που σχετίζονται με τις ξενοδοχειακές μονάδες

Οι ξενοδοχειακές μονάδες μέσω της σύνδεσή τους με ένα GDS αποκτούν τη δυνατότητα χρησιμοποίησής του με τους ακόλουθους τρόπους:

- Αναζήτηση πληροφοριών για τη διαθεσιμότητα των δωματίων της ίδιας γεωγραφικής περιοχής ή ακόμα και για το σύνολο της χώρας.
- Ενημέρωση του συστήματος για τα διαθέσιμα δωμάτια, τον τύπο των δωματίων, την τιμή στην οποία προσφέρονται, τους ειδικούς όρους της συνεργασίας αλλά και τις τυχόν προσφερόμενες πρόσθετες παροχές.

- Πραγματοποίηση κράτησης όχι μόνο στα δωμάτια του ξενοδοχείου αλλά και σε διάφορα άλλα τμήματά του όπως τα εστιατόρια, οι συνεδριακοί χώροι, τα γυμναστήρια, η πισίνα ή το σπα.
- Στην περίπτωση υπερκράτησης υπάρχει δυνατότητα για κράτηση σε άλλη μονάδα της περιοχής ή της ιδιοκτησίας του ομίλου.
- Άντληση πολλαπλών πληροφοριών που αφορούν τουριστικά, οικονομικά, φορολογικά και νομοθετικά θέματα καθώς και εύρεση ή τοποθέτηση μικρών αγγελιών που σχετίζονται με την αγορά εργασίας. (Buhalis, 2000)

1.4.3 Υπηρεσίες των GDS που σχετίζονται με τα τουριστικά πρακτορεία

Η ποικιλία των υπηρεσιών ενός συστήματος GDS, στα πλαίσια της λειτουργίας ενός τουριστικού πρακτορείου, διακρίνεται σε:

- Παροχή πληροφοριών σχετικών με τις πτήσεις, όπως η διαθεσιμότητα των θέσεων, τα χρονοδιαγράμματα των πτήσεων, οι τιμές των ναύλων κ.α., καθώς και η δυνατότητα για κράτηση θέσεων σε μεγάλο αριθμό πτήσεων διαφόρων εταιριών, χρησιμοποιώντας μάλιστα τους χάρτες θέσεων με τη διάταξη των καθισμάτων.
- Παροχή πληροφοριών που αφορούν τους επιβάτες, όπως η δημιουργία προσωπικών αρχείων πελατών στα οποία καταγράφονται οι προορισμοί και η συχνότητα με την οποία γίνονται τα ταξίδια αλλά και αποθηκεύονται οι συγκεκριμένες απαιτήσεις του κάθε πελάτη.
- Πραγματοποίηση κρατήσεων σε διάφορα ξενοδοχεία, εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων και σε διάφορα δυναμικά πακέτα διακοπών.
- Εκτύπωση των απαραίτητων εγγράφων, όπως είναι οι διάφοροι τύποι εισιτηρίων, οι κάρτες πρόσβασης σε συγκεκριμένους χώρους και οι αναλυτικές διαδρομές στο πλαίσιο ενός τουριστικού πακέτου.
- Διαχείριση των συναλλαγματικών ισοτιμιών και δυνατότητα αγοράς εισιτηρίων για διάφορες εκδηλώσεις που επιθυμεί να παραβρεθεί ο πελάτης.
- Παροχή μετεωρολογικών δελτίων για όλο τον κόσμο.
- Παροχή πληροφοριών σχετικά με τη διαφορά ώρας σε όλο τον κόσμο.
- Παροχή πληροφοριών που αφορούν τις διαδικασίες εισόδου και παραμονής σε μια χώρα όπως τα απαραίτητα έγγραφα (διαβατήρια και βίζες) και οι τελωνειακοί έλεγχοι.

- Ταυτόχρονη σύνδεση με πολλά τοπικά γραφεία εθνικών τουριστικών οργανισμών.
- Δυνατότητα μετάδοσης των μετεωρολογικών συνθηκών που επικρατούν στο επιθυμητό προορισμό, ώστε να υπάρχει άμεση και έγκυρη ενημέρωση των τουριστών.
(Buhalis, 2000)

1.5 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα των GDS

Τα GDS προσφέρουν σημαντικά πλεονεκτήματα στους χρήστες τους, αλλά παράλληλα μειονεκτούν σε κάποια σημεία. Ακολουθεί η ανάλυση αυτών των θετικών και αρνητικών στοιχείων.

1.5.1 Τα πλεονεκτήματα που προσφέρουν τα GDS

Τα παγκόσμια κανάλια διανομής GDS, αποτελούν ίσως τα πολυτιμότερα εργαλεία γενικής πληροφόρησης, αναζήτησης, σύγκρισης και πραγματοποίησης κρατήσεων για τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες όλων των ειδών, σε παγκόσμιο επίπεδο. Από τη μικρότερη τουριστική επιχείρηση έως και τους μεγαλύτερους φορείς του τουρισμού, οι θετικές επιδράσεις των GDS είναι εμφανείς κατά τη διάρκεια της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας..

Το βασικότερο ίσως πλεονέκτημα της χρήσης GDS είναι η εύκολη διαχείριση των πληροφοριών από την κάθε επιχείρηση, έτσι ώστε να μπορεί να προσφέρει τις υπηρεσίες της στον πελάτη σε σύντομο χρόνο και με τον ελάχιστο δυνατό κόπο. Οι διάφοροι προμηθευτές τουριστικών προϊόντων που βρίσκονται σε απομακρυσμένα σημεία ανά τον κόσμο, μέσα από τη σύνδεση με ένα GDS γίνονται εύκολα προσβάσιμοι στις διάφορες τουριστικές επιχειρήσεις καθώς ενοποιούνται τα ευρωπαϊκά, ασιατικά και αμερικανικά συστήματα ανοίγοντας ένα δίαυλο επικοινωνίας μεταξύ όλων των επιχειρήσεων της τουριστικής βιομηχανίας παγκοσμίως.

Όπως προαναφέρθηκε, τα τερματικά GDS χρησιμοποιούνται για την ανταλλαγή πληροφοριών και την πραγματοποίηση κρατήσεων για όλων των ειδών τα ταξιδιωτικά προϊόντα, αποτελώντας ένα από τα σπουδαιότερα εργαλεία των τουριστικών επιχειρήσεων. Η επίδρασή τους μάλιστα στη διανομή τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών ήταν καταλυτική,

καθώς οδήγησαν σε αύξηση της παραγωγικότητας και διεύρυνση της διάθεσης του τουριστικού προϊόντος, ενώ συνεχώς συναγωνίζονται για την τεχνολογική τους εξέλιξη και την περαιτέρω αύξηση των συνδρομητών τους. (Σιγάλα, 2006)

Οι χρήστες μάλιστα των GDS προσδίδουν σε αυτά μεγάλη αξιοπιστία και εμπιστευτικότητα γεγονός που επιβεβαιώνει τη χρηστικότητα τους. Οι κρατήσεις μπορούν να επιβεβαιωθούν μέσα σε λίγα δευτερόλεπτα, εξαιτίας της μεγάλης ταχύτητας των δικτύων GDS που συνδέουν τα τερματικά με τον κεντρικό υπολογιστή, αναπτύσσοντας με τον τρόπο αυτό μια σχέση σταθερότητας και αξιοπιστίας ανάμεσα στον πελάτη και την επιχείρηση με διάμεσο τα GDS. Επομένως οικοδομείται μία επαναλαμβανόμενη και αποδοτική συνεργασία μέσω των αξιόπιστων παροχών του GDS στον επιχειρηματία και κατ' επέκταση στον πελάτη. (Bönke & Krömker, 1998).

Η χρήση του GDS οδηγεί, επίσης, σε χαμηλότερο κόστος και σε μείωση της γραφειοκρατίας μέσω της απλοποίησης και της αυτοματοποίησης των επιχειρηματικών διαδικασιών. Το γεγονός αυτό δικαιολογεί πλήρως το υψηλό κόστος εγκατάστασης των συστημάτων καθώς εξοικονομούνται χρήματα λόγω της μείωσης των υπεραστικών και διεθνών κλήσεων και της δυνατότητας πρόσβασης σε μια σειρά υπηρεσιών χαμηλού αναλογικά κόστους.

Ο σχεδιασμός λειτουργίας αυτών των συστημάτων είναι τέτοιος που μπορεί να ικανοποιήσει τις καταναλωτικές ανάγκες και απαιτήσεις του πελάτη. Η εύρυθμη λειτουργία τους συντελεί στη βελτίωση της αξιοπιστίας, καθώς και στην περαιτέρω κατάκτηση της πίστης των πελατών. Κάθε κράτηση προσαρμόζεται στις ακριβείς ανάγκες του πελάτη και γίνεται με τη μεγαλύτερη δυνατή ταχύτητα και την καλύτερη εξυπηρέτηση με αποτέλεσμα να προωθείται η ανάπτυξη και η εξάπλωση του τουρισμού. Επομένως, χρησιμοποιώντας τα GDS οι τουριστικές επιχειρήσεις μπορούν και παρέχουν στον τελικό καταναλωτή μεγαλύτερο εύρος επιλογών και καλύτερη εξυπηρέτηση με μικρότερο όμως κόστος κάτι το οποίο έχει θετικές επιπτώσεις στη διατήρησή του σαν πελάτη της επιχείρησης. Η καθημερινή χρήση των GDS αναδεικνύει συνεχώς τα πρακτικά οφέλη τους ενώ μέσα από επιστημονικές μελέτες αναφέρεται πως όχι μόνο οι αεροπορικές εταιρείες, από τις οποίες και ξεκίνησαν τα συστήματα αυτά, αλλά και τα τουριστικά πρακτορεία και τα ξενοδοχεία επωφελήθηκαν ιδιαίτερα από τη χρήση των GDS. (Λούκης, 2002)

Στην περίπτωση των τουριστικών πρακτορείων η εξοικονόμηση χρόνου και η αύξηση της αποδοτικότητας διαφαίνονται στη καθημερινότητα των πρακτόρων. Στη πράξη λοιπόν, η χρήση GDS παρέχει σημαντικά οφέλη μια και η αναζήτηση γίνεται μέσω κριτηρίων επιλογής από τεράστιες βάσεις αναζήτησης δεδομένων ενώ επιπλέον διατηρούνται και αρχεία με το

ιστορικό των κρατήσεων για περαιτέρω επεξεργασία. Η δυνατότητα ανανέωσης των απαιτούμενων πληροφοριών σε απευθείας σύνδεση καθώς και η λειτουργία του συστήματος σε εικοσιτετράωρη βάση ώστε να υπάρχει κάλυψη όλων των γεωγραφικών ζωνών, είναι κάτι που σίγουρα διευκολύνει την εργασία των πρακτόρων.

Μάλιστα, η χρησιμότητά τους είναι τέτοια που ένα μεγάλο μέρος των τουριστικών πρακτορείων, στα πλαίσια της συνεργασίας τους με ποικίλες τουριστικές επιχειρήσεις, χρησιμοποιούν περισσότερα από ένα συστήματα GDS, προκειμένου να πετύχουν αύξηση στην ποικιλία και στην ποσότητα των προσφερομένων υπηρεσιών και παράλληλα να αποκομίσουν σημαντικά οφέλη μέσα από τις ειδικές προσφορές όπως είναι οι μειώσεις των χρεώσεων. (Buhalis, 2000)

Όσον αφορά τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις τα GDS τους δίνουν την δυνατότητα να αυξήσουν και να διευρύνουν το πελατολόγιό τους, διαθέτοντας δωμάτια απευθείας σε νέες αγορές όπου η πρόσβασή τους ήταν δύσκολη ή και περιορισμένη όπως οι εμπορικές εταιρίες και τα γραφεία ταξιδίων ενώ τους παρέχουν σε σχετικά χαμηλό κόστος αρκετά μεγάλη διαφημιστική προβολή. Επιπλέον, αποδεικνύονται σημαντικά εργαλεία για τον υπολογισμό της ζήτησης μέσω της παρακολούθησης του βαθμού χρησιμοποίησης συγκεκριμένων καταλόγων και παρέχουν βοηθητικές εργασίες στο τμήμα μάρκετινγκ και πωλήσεων του ξενοδοχείου, τηρώντας οικονομικά στοιχεία, στοιχεία για την αρχική προέλευση της κράτησης, για τη δυνητική αγορά καθώς και τις ιδιαίτερες προτιμήσεις του κάθε πελάτη. Στα πλαίσια της ανάλυσης της ζήτησης της αγοράς, ο σχεδιασμός της τιμολογιακής πολιτικής και συνεπώς η διαμόρφωση της κάθε προσφοράς μπορεί να βοηθηθεί σημαντικά μέσα από την αξιοποίηση των μετρήσιμων αποτελεσμάτων της παραγωγικότητας συγκεκριμένων καταλόγων. Είναι φανερό επομένως, πως από τη στιγμή που τα καταχωριθέντα δεδομένα είναι έγκυρα, τα GDS διαδραματίζουν ένα ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο στην εύρυθμη και αποτελεσματική λειτουργία ενός ξενοδοχείου προσφέροντας πολύτιμες πληροφορίες και υπηρεσίες στον πελάτη. (Κατσώνη, 2006)

Η επικράτηση των GDS στην υψηλά ανταγωνιστική τουριστική αγορά και η επιδίωξη για περαιτέρω διεύρυνση του μεριδίου τους, επέβαλε στις εταιρείες τη διαδικασία εύρεσης νέων μεθόδων προκειμένου να κάνουν τα συστήματα πιο φιλικά προς το χρήστη. Έτσι ένα άλλο πλεονέκτημα που προσφέρουν τα GDS είναι η ευκολία στη χρήση τους καθώς εκμεταλλεύονται το γραφικό περιβάλλον με τα αναδυόμενα «παράθυρα» των Windows αντικαθιστώντας το παλαιότερο περιβάλλον των πτυσσόμενων μενού επιλογών στα GDS, προσφέροντας στο χρήστη:

- Γρήγορη και εύκολη εκμάθηση των λειτουργιών.

- Μεγαλύτερη ταχύτητα στη διεκπεραίωση των διαφόρων διαδικασιών, μιας και απαιτούνται μόνο λίγες ενέργειες ώστε να γίνει μια ολοκληρωμένη αναζήτηση.
- Δυνατότητα επιλογής ανάμεσα σε πολλές πληροφορίες που παρουσιάζονται ταυτόχρονα στην οθόνη.

Πλέον βασική επιδίωξη των εταιρειών των GDS είναι η παραγωγή προϊόντων τα οποία θα ανταποκρίνονται στις ιδιαίτερες και διαφορετικές, κάθε φορά, ανάγκες των πελατών. Ένα νέο τμήμα της αγοράς είναι έτοιμο να κατακτηθεί, καθώς διευρύνεται συνεχώς η γκάμα των προϊόντων και προσφέρονται εφαρμογές πλήρως εξομοιωμένες ως προς τις απαιτήσεις των χρηστών. Τα διάφορα προγράμματα μπορούν να τροποποιηθούν από τον χρήστη, βάσει του προσωπικού του γνώμονα, απλά και μόνο με την τήρηση συγκεκριμένων βημάτων. Το scripting όπως ορίζεται αυτή η τεχνική επιταχύνει ενέργειες όπως η αποθήκευση, η διαγραφή και η αντιγραφή αρχείων αλλά και άλλες πολύπλοκες διαδικασίες όπως η αποστολή με φαξ του πληροφοριακού δελτίου πτήσης στο φαξ του πελάτη. Καθιερώνεται, λοιπόν, μια διαδικασία άνετη και ευέλικτη ανταποκρινόμενη σε ένα γρήγορο ρυθμό ζωής, όπου ο πρωταρχικός ρόλος δίνεται στον πελάτη μέσω μιας σειράς επιλογών που του προσφέρονται. (Θεοχάρης, 2005).

1.5.2 Τα μειονεκτήματα των GDS

Η ισχυροποίηση των αεροπορικών εταιρειών που τα δημιούργησαν και η αναβάθμιση του λειτουργικού συστήματος κρατήσεων σε παγκόσμιο επίπεδο, ήταν οι βασικότερες, ίσως, επιπτώσεις της εδραίωσης των λογισμικών GDS. Αν και η χρήση των GDS έδωσε νέα πνοή και ώθηση στην τουριστική οικονομία, τα βασικά τους χαρακτηριστικά έρχονται σε σύγκρουση με τις οικονομικές δυνατότητες που χαρακτηρίζουν τις μικρές εταιρείες. Έτσι με την επέκταση των GDS, οι μικρού οικονομικού μεγέθους εταιρείες αντιμετωπίζουν σημαντικά προβλήματα καθώς αδυνατούν να καλύψουν το κόστος εγκατάστασης των απαιτούμενων συστημάτων.

Η είσοδος νέων επιχειρήσεων αντιμετωπίζει δυσκολίες σε βαθμό που για ορισμένες αποτελούν ανυπέρβλητα εμπόδια καθώς το κόστος ανάπτυξης των συστημάτων είναι ιδιαίτερα υψηλό, η περίοδος αναμονής μέχρι την πραγματοποίηση κερδών αρκετά μακρά, ενώ και η εφαρμογή του κατάλληλου μάρκετινγκ είναι αρκετά δύσκολη. Οι μεγάλες και οικονομικά ισχυρές εταιρείες και επιχειρήσεις, είναι αυτές που βρίσκονται στο επίκεντρο της

οικονομικής αγοράς και κινούν τα νήματα αποτρέποντας έμμεσα να διακινηθεί το μικρό κεφάλαιο προς όφελος αδύναμων εταιρειών. (Κατσώνη, 2006)

Το υψηλό κόστος, η αβεβαιότητα αναφορικά με τα οφέλη που θα αποκομίσουν αλλά και η δυσκολία στην εφαρμογή του GDS αποτρέπει τις μικρές επιχειρήσεις από το να προχωρήσουν στην επένδυση αυτή. Για αυτό και τα μεγάλα GDS περιλαμβάνουν συνήθως κυρίως τις παγκοσμίως γνωστές επιχειρήσεις όπως οι αεροπορικές εταιρείες και οι αλυσίδες ξενοδοχείων, ενώ πολλές φορές ακόμα και μεγάλες επιχειρήσεις μικρότερης όμως εμβέλειας όπως οι εταιρείες charter, προτιμούν να μην καταχωρηθούν ή να καταχωρηθούν σε ένα μόνο GDS.

Οι παραπάνω λόγοι οδήγησαν στην εμφάνιση μιας σειράς μικρότερων GDS που θέλησαν να καλύψουν τις ανάγκες διανομής του τουριστικού προϊόντος σε συγκεκριμένες χώρες ή περιοχές και μάλιστα σε ορισμένες περιπτώσεις κατάφεραν και εξελίχθηκαν σε επιτυχημένες επιχειρήσεις. Ωστόσο, η μεγαλύτερη πλειοψηφία αυτών των συστημάτων, είτε απορροφήθηκε από τις κρατιές εταιρείες του χώρου μέσω συγχωνεύσεων και εξαγορών μετοχών είτε προχώρησε σε στρατηγικές συμμαχίες με αυτές εξασφαλίζοντάς τους την προώθηση σε λιγότερο οικείες αγορές. Ο μεγάλος ανταγωνισμός έκαμψε σύντομα την αντίσταση των μικρών εταιρειών ώστε να μη στέκονται εμπόδιο μπροστά στα φιλόδοξα οικονομικά ανοίγματα των μεγάλων εταιρειών.

Η δυσκολία εδραίωσης ενός νέου GDS, ενισχύεται και από την κυριαρχία των ήδη εδραιωμένων στην παγκόσμια αγορά καθώς η επέκταση ενός νέου GDS απαιτεί την άμεση αύξηση των εσόδων, με αποτέλεσμα η εταιρεία να είναι αναγκασμένη να αυξήσει ιδιαίτερα το ποσό της συνδρομής για κάθε χρήστη. Αντιθέτως οι μεγάλες εταιρείες είναι πιο ελκυστικές μιας και έχουν το περιθώριο για την είσοδο νέων μελών με μειωμένες συνδρομές. (Bönke & Krömker, 1998).

Το επόμενο σημαντικό μειονέκτημα είναι η σχετικά περιορισμένη γεωγραφική διασπορά του δικτύου διότι ένα μεγάλο μέρος των αερομεταφορών πολλών Ασιατικών χωρών δε μπόρεσε να συμμετάσχει στο σχεδιασμό, αφήνοντας εκτός οποιουδήποτε GDS τόσο τις αεροπορικές εταιρείες των χωρών τους όσο και τα προϊόντα των υπολοίπων προμηθευτών του τουριστικού κλάδου. Επίσης παρουσιάζονταν ελάχιστα οι τουριστικοί προορισμοί πολλών χωρών οι οποίες βρισκόνταν σε υποανάπτυκτες συνθήκες ενώ η δυσκολία άντλησης τουριστικών πληροφοριών για τοποθεσίες ή προϊόντα καθιστούσε δύσκολη την πώληση αυτών. Μη μπορώντας να αντιμετωπίσουν αυτήν την κατάσταση και ελλείψει των απαιτούμενων οικονομικών πόρων, πολλές μικρότερες αεροπορικές εταιρείες αναγκάστηκαν να παραμείνουν στη χρήση του παραδοσιακού δικτύου της SITA (Société

Internationale de Télécommunications Aéronautiques) μένοντας δυστυχώς πολύ πίσω στα πλαίσια του ανταγωνισμού έναντι όσων αντιπροσωπεύονταν σε κάποιο GDS.

Η χρήση του διαδικτύου καλύπτει εν μέρει το κενό αυτό που δημιουργείται ως προς την ενημέρωση των καταναλωτών για τις συγκεκριμένες περιοχές. Επιπλέον στοιχεία μπορούν να προσφέρουν τα συστήματα DIS (Destination Information Systems) που λειτουργούν σε εθνικό περιφερειακό ή τοπικό επίπεδο υπό την αιγίδα των Εθνικών Οργανισμών Τουρισμού σε συνεργασία με άλλους δημόσιους ή ιδιωτικούς φορείς και σκοπός τους είναι η παροχή αναλυτικών πληροφοριών ως προς την τουριστική προσφορά ενός τόπου.

Ένα τελευταίο μειονέκτημα της ισχυροποίησης των GDS, είναι η γενικότερη τάση για συνεργασία των μεγάλων ταξιδιωτικών γραφείων με συγκεκριμένες αεροπορικές εταιρείες και άρα με συγκεκριμένο GDS. Ο στενός αυτός δεσμός μεταξύ ταξιδιωτικών γραφείων και συγκεκριμένων αεροπορικών εταιρειών ενισχύει τον κίνδυνο σταθερού διαμερισμού της αγοράς καθώς για άλλη μια φορά τα κίνητρα για την είσοδο νέων επιχειρήσεων είναι αφανή με συνέπεια να είναι εύκολο να αναχαιτιστεί η απόπειρα μιας νέας επιχείρησης για κατάκτηση του δικού της μεριδίου στην αγορά. (Buhalis & Laws, 2001)

1.6 Η σημασία και ο ρόλος των Παγκόσμιων Καναλιών Διανομής

Το τουριστικό προϊόν φτάνει στον τελικό καταναλωτή έτοιμο προς χρήση, διακινούμενο μέσω κάποιων εταιρειών, που λειτουργούν ως μεσάζοντες. Ένας τέτοιος μεσάζοντας είναι και τα Global Distribution Systems (GDS) μεταξύ των διαφόρων τουριστικών επιχειρήσεων όπως αεροπορικές εταιρίες, ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων, τουριστικά γραφεία κ.α. Ελαχιστοποιώντας το χρόνο εξυπηρέτησης και διασφαλίζοντας την κράτηση σε ελάχιστο χρόνο, αποτελούν το σημαντικότερο κανάλι διανομής των τουριστικών προϊόντων διεθνώς. Αναβαθμίζουν συνεχώς την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρουν και για το σκοπό αυτό διαθέτουν ένα μέρος από τα αρκετά υψηλά κέρδη που αποκομίζουν μέσω των ποσοστών που εισπράττουν από τις πραγματοποιούμενες κρατήσεις.

Ένας ακόμα λόγος που ωθούνται σε συνεχή αναβάθμιση είναι η ικανοποίηση της ανάγκης των πελατών για σωστή εξυπηρέτηση κάτι που απαιτεί από το μεσάζοντα να είναι κατάλληλα τεχνολογικά εξοπλισμένος, ώστε να παρέχει δομημένη πληροφόρηση.. Η

τεχνολογική εξέλιξη των GDS παγίωσε, σταδιακά, τη θέση τους στην τουριστική αγορά αποτελώντας το απαραίτητο συστατικό για την αύξηση τόσο των πωλήσεων όσο και της πελατείας τους. Η εξέλιξη και η ανάπτυξη της αγοράς ενισχύθηκε από τη χρήση των GDS με την ύπαρξή τους να αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της φύσης του μάρκετινγκ ενώ η κατανόηση τους μπορεί να οδηγήσει στην κατανόηση της λειτουργίας της ίδιας της αγοράς. (Bönke & Krömker, 1998).

Αλλά και οι προμηθευτές τουριστικών προϊόντων απολαμβάνουν πολύ σημαντικές βασικές υπηρεσίες που τους προσφέρονται από τα παγκόσμια κανάλια διανομής. Τα περισσότερα βέβαια προϊόντα σχετίζονται με τις εσωτερικές λειτουργίες των επιχειρήσεων, συμβάλλοντας έτσι στη μείωση του κόστους και στην αύξηση της αποδοτικότητας. Επιπλέον, οι ιδιοκτήτριες εταιρείες αυτών των συστημάτων ασκούν μεγάλη επιρροή με τη δύναμή τους να βασίζεται περισσότερο στη διακίνηση πληροφοριών, ανάμεσα στους προμηθευτές και στις τουριστικές επιχειρήσεις αλλά και σε ένα ποσοστό στη διανομή του τουριστικού προϊόντος στο τελικό καταναλωτή. (Buhalis & Laws, 2001)

Ο Kotler διατυπώνει την άποψη πως με τη χρήση ενός GDS διευκολύνεται η επικοινωνία του προμηθευτή με τον τελικό καταναλωτή, καθώς η εισαγωγή ενός μεσάζοντα όπως τα GDS μειώνει τις πολύπλοκες επικοινωνιακές συνδέσεις. Συνεπώς, η προσθήκη ενός GDS από μία τουριστική επιχείρηση για τη διανομή των προϊόντων της, της προσφέρει κάποια πλεονεκτήματα, όπως:

- Η αυξημένη κάλυψη της αγοράς, με την προσέγγιση περισσότερων εν δυνάμει πελατών.
- Η μείωση του κόστους πώλησης των προϊόντων και των υπηρεσιών.
- Η δυνατότητα για προσαρμογή των πωλήσεων στις ιδιαίτερες ανάγκες και απαιτήσεις του καταναλωτή.

Βέβαια, μπορεί να κρύβονται κάποια μειονεκτήματα για τους προμηθευτές, όπως:

- Η απώλεια μέρους των κερδών.
- Η απώλεια του ελέγχου της αγοράς.
- Η προσφορά υπηρεσιών που μπορεί να χαρακτηριστούν ως ανεπαρκείς. (Kotler et al., 1996)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

Τα σημαντικότερα Global Distribution Systems - GDS

Αυτή τη στιγμή στην παγκόσμια αγορά κυριαρχούν τέσσερα GDS, τα Amadeus, Galileo International, Sabre και Worldspan, τα οποία διαπραγματεύονται τη συντριπτική πλειοψηφία των παγκοσμίων κρατήσεων στη βιομηχανία των GDS. Υπάρχουν, ωστόσο, και άλλα μικρότερης κλίμακας GDS τα οποία έχουν σημαντικό αριθμό χρηστών παγκοσμίως και δραστηριοποιούνται σε συγκεκριμένες περιοχές και χώρες. Τα κανάλια αυτά εξυπηρετούν κυρίως τις Ασιατικές Χώρες και είναι τα Sahara, Infini, Axess (Ιαπωνία), Tapas (Κορέα), Fantasia (Νότιος Ειρηνικός), και Abacus (Ασία και Ειρηνικός). (Κατσώνη, 2006)

Παρακάτω παρουσιάζονται τα τέσσερα βασικότερα Παγκόσμια Κανάλια Διανομής του τουριστικού προϊόντος.



2.1 Amadeus

Για τη συγγραφή της παρούσας ενότητας χρησιμοποιήθηκαν πληροφορίες και από την επίσημη ιστοσελίδα της εταιρείας. (<http://www.amadeus.com> τελευταία ημερομηνία προσπέλασης 19/11/2011)

2.1.1 Ιστορία του Amadeus

Ιδρύθηκε το 1987, στο Μόναχο, από τις αεροπορικές εταιρείες: Airrance, Lufthansa, Iberia και SAS στα πλαίσια της National Marketing Companies, της οποίας αποτελεί και το μοναδικό μέτοχο και ουσιαστικά είναι το νεότερο από τα τέσσερα μεγάλα GDS. Το Amadeus εξυπηρετεί το μάρκετινγκ, τις πωλήσεις και τις ανάγκες διανομής της παγκόσμιας ταξιδιωτικής και τουριστικής βιομηχανίας, αποτελώντας ένα κορυφαίο κανάλι προώθησης και διανομής του τουριστικού προϊόντος.

Το αρχικό μετοχικό κεφάλαιο του Amadeus Global Travel Distribution S.A ήταν μοιρασμένο εξίσου στις τέσσερις αεροπορικές εταιρείες, όμως η SAS αναγκάστηκε το 1991, λόγω οικονομικών προβλημάτων που αντιμετώπιζε, να πουλήσει το μερίδιό της στις άλλες τρεις εταιρείες. Την χρονιά εκείνη ενοποιήθηκαν τα τέσσερα εθνικά συστήματα κρατήσεων, το Esterel (Γαλλία), το Savia (Ισπανία), Smart (Σουηδία) και το Start (Γερμανία), τα οποία ελέγχονταν από τις τέσσερις αεροπορικές εταιρείες στο Amadeus Central System. Μέχρι και το 1994 το Amadeus είχε επεκτείνει τις δραστηριότητες του σε Ευρώπη, Ασία και Νότια Αμερική. (Das, 2002)

Το 2005 υπήρξε αλλαγή στο ιδιοκτησιακό καθεστώς της εταιρείας και πλέον ανήκει στην κοινοπραξία WAM, του οποίου μέτοχοι είναι οι BC Partners, Cinven, Air France, Iberia και Lufthansa ενώ το 2006 προχώρησε και σε αλλαγή της εταιρικής επωνυμίας υιοθετώντας το Amadeus IT Group. Η οικονομική πορεία της εταιρείας είναι σταθερά αυξανόμενη με τα έσοδά της για το 2010 να αυξάνονται κατά 10,6% σε σχέση με το 2009 και να ανέρχονται σε 2.594 εκατομμύρια ευρώ.

2.1.2. Η παρουσία του Amadeus στην παγκόσμια αγορά

Παγκοσμίως, η εταιρία απασχολεί 7.160 άτομα από 95 εθνικότητες και από πολλούς θεωρείται ως ο κυρίαρχος της αγοράς αφού το 2009 κατείχε το 37% της σχετικής αγοράς παγκοσμίως. Το βασικό του κέντρο επιχειρήσεων βρίσκεται στη Μαδρίτη, όπου υπάρχουν τα κεντρικά γραφεία και καθορίζονται όλα τα ζητήματα που σχετίζονται με την οικονομική διαχείριση, τη διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού, τη γενική διεύθυνση, τις επικοινωνιακές στρατηγικές αλλά και τις σχέσεις της εταιρείας με τους προμηθευτές, τις αεροπορικές εταιρείες και τις υπόλοιπες τουριστικές επιχειρήσεις με τις οποίες συνεργάζεται.

Εκτός από τη Μαδρίτη, η Amadeus διαθέτει κέντρα επιχειρήσεων στη Νίκαια της Γαλλίας όπου βρίσκεται το κέντρο ανάπτυξης και στο Έρντινγκ της Γερμανίας όπου υπάρχει το κέντρο επεξεργασίας δεδομένων και περιφερειακά γραφεία σε Μαϊάμι, Μπουένος Αϊρες, Μπανγκόκ και Ντουμπάι. Η Amadeus διατηρεί πελάτες σε 76 χώρες, καλύπτοντας περισσότερες από 215 αγορές.

Το δίκτυο Amanet αποτελεί ουσιαστικά το πιο σημαντικό κομμάτι του Amadeus, καθώς μέσω αυτού έρχονται σε επαφή οι προμηθευτές με τους τελικούς καταναλωτές έχοντας τη δυνατότητα να ανταλλάσουν με μεγάλη ταχύτητα και ασφάλεια τεράστιο όγκο δεδομένων.

Η βάση δεδομένων του Amanet συγκαταλέγεται μεταξύ των μεγαλύτερων του είδους στην Ευρώπη και μπορεί να επεξεργάζεται περισσότερα από 9.000 αιτήματα το δευτερόλεπτο με μέσο χρόνο απόκρισης μικρότερο των 0,3 δευτερολέπτων. Οι σημαντικότερες αγορές του Amadeus στην Ευρώπη, την Αμερική και την Ασία συνδέονται άμεσα με το Amanet, ενώ οι δευτερεύουσες αγορές συνδέονται διαμέσου των τηλεπικοινωνιακών δικτύων συνεργατών του Amadeus. (Das, 2002)

2.1.3. Τα προϊόντα του Amadeus

Η εταιρεία επιθυμεί να παραμείνει πρωτοπόρος στην κατηγορία της γι' αυτό και επενδύει μεγάλο μέρος των κερδών στην έρευνα και στην ανάπτυξη νέων καινοτόμων προϊόντων. Μάλιστα το 2000 ήταν η πρώτη εταιρεία GDS που απέκτησε το πιστοποιητικό διασφάλισης ποιότητας ISO 9001:2000. Επίσης, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή στην ετήσια έκθεση 2010 EU Industrial R&D Investment Scoreboard αναγνώρισε την Amadeus ως μια από τις κορυφαίες εταιρείες στον τομέα των επενδύσεων για την Έρευνα και την Ανάπτυξη στην Ευρώπη ενώ στην Ισπανία κατέλαβε και την τρίτη θέση σε όλους τους τομείς για το μέγεθος των επενδύσεων Έρευνας και Ανάπτυξης που πραγματοποιεί.

Το Amadeus με το ισχυρό σύνολο προϊόντων που διαθέτει αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους φορείς στη διαμόρφωση του μέλλοντος των GDS. Οι λύσεις που διαθέτει η εταιρεία μπορούν να ταξινομηθούν σε τέσσερις κύριες κατηγορίες : Διανομή & Περιεχόμενο, Πωλήσεις & Ηλεκτρονικό εμπόριο, Διοίκηση Επιχειρήσεων και Υπηρεσίες τεχνικής υποστήριξης και συμβουλευτικού χαρακτήρα.

Το Amadeus μέσω των προϊόντων του μπορεί και παρέχει:

- Υπηρεσίες διανομής και προώθησης σε τουλάχιστον 260 αλυσίδες ξενοδοχείων και 85.000 μεμονωμένες ξενοδοχειακές μονάδες που έχουν ενσωματωθεί στην προηγμένη πλατφόρμα διανομής και σε 25 επιχειρήσεις ενοικίασης αυτοκινήτων που εξυπηρετούν περίπου 36.000 περιοχές
- Δυνατότητα για κρατήσεις σε 100 σιδηροδρομικές εταιρείες, 50 ακτοπλοϊκές εταιρείες και 115 εταιρείες ταξιδιωτικής ασφάλισης.
- Κοινή πρόσβαση σε κρατήσεις πτήσεων σε περίπου 460 αεροπορικές εταιρείες εκ των οποίων οι 40 είναι εταιρείες χαμηλού κόστους.

- Υπηρεσίες σε 103.000 ταξιδιωτικά γραφεία παγκοσμίως και 36.000 αεροπορικά γραφεία, οι οποίες περιλαμβάνουν και τη δημιουργία πακέτων εκδρομών, τη διαχείριση καταλόγων και τις κρατήσεις.
- Τεχνική κάλυψη, εκπαίδευση και υποστήριξη σε θέματα λογισμικού σε όλες τις επιχειρήσεις που διαθέτουν το σύστημα.

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι τα αριθμητικά δεδομένα που παρατίθενται είναι σύμφωνα με στοιχεία του 2009.

Τα κύρια προϊόντα του Amadeus είναι ονομαστικά:

- Amadeus Air
- Amadeus Cars
- Amadeus Hotels
- Amadeus Rail
- Amadeus PNR
- Amadeus Tours
- Amadeus Travel Assistance
- Amadeus Documents
- Amadeus Traveler
- Amadeus Back Office Administration
- Amadeus Guide
- Amadeus Pro Tempo
- Amadeus Tempo Connect
- Amadeus Fares
- Amadeus Ticketing
- Amadeus Internet Products
- Amadeus Learning City.
- Amadeus Pro Web
- Checkmytrip.com
- Amadeus.net

Τα σημαντικότερα από αυτά τα προϊόντα αναλύονται παρακάτω.

2.1.3.1. Amadeus Air

Ως μια παγκοσμίως κορυφαία τεχνολογία και πάροχος λύσεων διανομής, προσφέρει απaráμιλλη εμπειρία στην τουριστική και ταξιδιωτική βιομηχανία, συμπεριλαμβανομένων κορυφαίων λύσεων που καλύπτουν τις μοναδικές επιχειρησιακές ανάγκες των αεροπορικών εταιρειών, ανεξάρτητα από το μέγεθος τους και το επιχειρηματικό τους μοντέλο.

Το ολοκληρωμένο κέντρο επεξεργασίας δεδομένων εξυπηρετεί πάνω από 88.000 τοποθεσίες ταξιδιωτικών γραφείων και περίπου 11.000 γραφεία αεροπορικών πωλήσεων, συνολικά περίπου 345.000 σημεία πώλησης που βρίσκονται σε περισσότερες από 217 αγορές σε όλο τον κόσμο.

Η παροχή του σωστού περιεχομένου σε συνεργαζόμενα ταξιδιωτικά γραφεία σε αγορές σε όλο τον κόσμο είναι απολύτως θεμελιώδης. Διασφαλίζει την μεγαλύτερη γκάμα ταξιδιωτικού περιεχομένου σε ότι αφορά την προσφορά - είτε αυτό είναι ναύλοι, μοναδικά ξενοδοχεία, ή η μεγαλύτερη γκάμα παγκοσμίως σε γραμμές κρουαζιέρων.

Χαρακτηριστικά

- Μέσα από το σύστημα, τα ταξιδιωτικά γραφεία μπορούν να έχουν πρόσβαση στον προγραμματισμό των πτήσεων σε πάνω από 790 παγκόσμιες αεροπορικές εταιρείες
- Περιλαμβάνει διαθέσιμες πτήσεις από 27 αερομεταφορείς χαμηλού κόστους, που αντιπροσωπεύουν το 33% του συνόλου της αγοράς χαμηλού κόστους
- 312 αεροπορικές εταιρείες συμμετέχουν στο σύστημα στο υψηλότερο επίπεδο πρόσβασης που επιτρέπει στους ταξιδιωτικούς πράκτορες τη διασφάλιση πωλήσεων σε πραγματικό χρόνο, σαν να χρησιμοποιούσαν το σύστημα της αεροπορικής εταιρείας για να κάνουν τις κρατήσεις
- 209 αεροπορικές εταιρείες ενημερώνουν για το πρόγραμμά τους και παρέχουν πληροφορίες διαθεσιμότητας στο Amadeus σε πραγματικό χρόνο, παρέχοντας στους ταξιδιωτικούς πράκτορες τις πιο ενημερωμένες και ακριβείς πληροφορίες για την πτήση

Μία από τις βασικές λύσεις, το Altéa Reservations, χρησιμοποιείται σήμερα από περισσότερους από 150 παγκόσμιους αερομεταφορείς και βασίζεται σε μια κοινοτική

προσέγγιση, φέρνοντας μοναδικά πλεονεκτήματα στην κοινότητα των ταξιδιωτικών πρακτόρων:

- Βελτιωμένη εξυπηρέτηση των πελατών

Μέσω του Altéa Reservations οι αερομεταφορείς και ταξιδιωτικοί πράκτορες μοιράζονται την ίδια πλατφόρμα για τα μητρώα ονομάτων επιβατών (PNR), τις πτήσεις, τους ναύλους, τους επιβάτες και άλλες πληροφορίες καθώς και τον ίδιο μηχανισμό αναμονής. Συνεπώς, μπορούν ελεύθερα να επικοινωνούν και να ανταλλάσσουν τις πληροφορίες

- Πρόσβαση στην υψηλότερη ποιότητα και την ακρίβεια των πληροφοριών

Οι αερομεταφορείς του Altéa Reservations χρησιμοποιούν την ίδια πλατφόρμα με τους ταξιδιωτικούς πράκτορες ως πρωταρχική πηγή πληροφοριών για τους δικούς τους πράκτορες κρατήσεων σε όλο τον κόσμο. Κατά συνέπεια, οι ταξιδιωτικοί πράκτορες μπορούν να εγγυηθούν την αξιοπιστία των δεδομένων αυτών, στο σύστημα.

2.1.3.2. Amadeus Hotels

Το Amadeus Hotels παρέχει πρόσβαση σε έναν κόσμο ξενοδοχειακού περιεχομένου, δίνοντάς τη δυνατότητα στους ταξιδιωτικούς πράκτορες να εξυπηρετούν καλύτερα τους πελάτες τους και να αυξήσουν τα έσοδά τους.

Το Amadeus Hotels θέλοντας να καλύψει τις ανάγκες των επισκεπτών, που γίνονται όλο και πιο απαιτητικές από ποτέ, συγκεντρώνει έναν κόσμο ξενοδοχειακού περιεχομένου για τα ταξιδιωτικά γραφεία. Παρέχοντας λαμπρότερο, πιο τολμηρό και καλύτερο περιεχόμενο, το Amadeus προσπαθεί να ικανοποιήσει τις ανάγκες των ταξιδιωτικών πρακτορείων όλων των μεγεθών και επιχειρηματικών μοντέλων.

Με τις απαιτήσεις των πελατών να γίνονται όλο και πιο συγκεκριμένες, θα πρέπει να υπάρχει πλέον πρόσβαση σε πιο πλούσιες πληροφορίες σχετικά με τα ξενοδοχεία. Μέσω του Amadeus Hotels Plus, υπάρχει δυνατότητα πρόσβασης σε περισσότερες πληροφορίες, συμπεριλαμβανομένων:

- | | |
|------------------------------------|-----------------------|
| - Εγκαταστάσεις Ξενοδοχείων | - Χάρτες |
| - Παροχές δωματίου | - Εικόνες-Φωτογραφίες |
| - Ανεξάρτητη διαβάθμισης ποιότητας | - Πρωινό |

Υπάρχει δυνατότητα επιλογής από μια σειρά τιμών δωματίων, συμπεριλαμβανομένων των καλύτερων διαθέσιμων τιμών, με πλήρη σαφήνεια για το τι περιλαμβάνεται. Γίνεται

λοιπόν ευκολότερη η εύρεση του καταλληλότερου ξενοδοχείου, στην καταλληλότερη τιμή και στην καταλληλότερη θέση.

Όταν η ταχύτητα των πληροφοριών είναι ζωτικής σημασίας, το Amadeus προσφέρει σε πραγματικό χρόνο την διαθεσιμότητα του ξενοδοχειακού περιεχομένου, διασφαλίζοντας τις πληροφορίες άμεσα. Το Amadeus προσφέρει μόνο τα ξενοδοχεία με πραγματική διαθεσιμότητα, ενώ είναι σε θέση να προσφέρει μια λεπτομερή ανάλυση των χρεώσεων του ξενοδοχείου και του δωματίου. Ανώτερη ακρίβεια και αποτελεσματικότητα σε όλες τις κρατήσεις ξενοδοχείων, με εξαιρετική εξυπηρέτηση σε κάθε πελάτη.

2.1.3.3. Amadeus Cars Plus

Το Amadeus Cars Plus είναι μια πρωτοποριακή λύση αυτοκινήτων που προσφέρει τη δύναμη ενός επαγγελματικού εργαλείου με την απλότητα ενός δικτυακού τόπου για καταναλωτές.

Η μοναδική και φιλική προς το χρήστη τεχνολογία επόμενης γενιάς, το καθιστά την πιο προηγμένη, διαθέσιμη λύση αυτοκινήτων. Με απλά λόγια, το Amadeus Cars Plus βελτιώνει την απόδοση της επιχείρησης και εντυπωσιάζει τους πελάτες.

Με το Amadeus Cars Plus, οι εκάστοτε ταξιδιωτικοί πράκτορες μπορούν να επωφεληθούν από μια ροή κρατήσεων, μοναδική και εύκολη στη χρήση γραφική απεικόνιση και καταπληκτικά νέα χαρακτηριστικά. Όλα αυτά δίνουν τη δυνατότητα στους πράκτορες να οδηγήσουν πραγματικά την επιχείρησή τους ένα βήμα μπροστά.

Αυτή η πρωτοποριακή λύση κάνει εκτεταμένη χρήση της πιο πρόσφατης πλούσιας διαδικτυακής τεχνολογίας ώστε να επιτρέψει στους πράκτορες να ολοκληρώσουν ακόμα πιο εύκολα και πιο αποτελεσματικά την αναζήτηση ενοικίασης αυτοκινήτων και πωλήσεων.

Με το Amadeus Cars Plus, οι πράκτορες έχουν εύκολη και γρήγορη πρόσβαση στην ευρύτερη επιλογή Αυτοκινήτων που προσφέρονται από κάθε GDS και παρέχουν σε πελάτες λεπτομερείς πληροφορίες για την κράτηση, θέτοντας την υπηρεσία τους πάνω από αυτή των ανταγωνιστών.

Το Amadeus Cars Plus παρέχει πολλές ευκαιρίες για τον εκσυγχρονισμό των πωλήσεων και τη αύξηση των εσόδων με απώτερο σκοπό την βελτίωση της κερδοφορίας.

2.1.3.4. Amadeus Rail

Όλο και περισσότεροι ταξιδιώτες επιλέγουν τον σιδηρόδρομο ως εναλλακτικό μέσο μεταφοράς, επωφελούμενοι από την αύξηση ταχύτητας λειτουργίας των αμαξοστοιχιών. Ακόμα και υψηλής ταχύτητας σιδηροδρομικές υπηρεσίες είναι συχνά φθηνότερες από αυτές του αέρα.

Το Amadeus Rail, αναπόσπαστο τμήμα του Amadeus Selling Platform, παρέχει αξιόπιστες πληροφορίες σε πραγματικό χρόνο για σιδηροδρομικές μεταφορές με χαρακτηριστικά που προσθέτουν αξία, όπως: δυνατότητα πραγματοποίησης και διαχείρισης κρατήσεων και έκδοση έγκυρων ταξιδιωτικών εγγράφων. Σε περισσότερους από 50 διαφορετικούς πάροχους σιδηροδρομικών μεταφορών μπορεί να πραγματοποιηθεί κράτηση μέσω του Amadeus Rail σε όλο τον κόσμο.

Χαρακτηριστικά

- Το Amadeus δίνει μια απaráμιλλη επιλογή με μία από τις πιο ολοκληρωμένες πηγές σιδηροδρομικού περιεχομένου στον κόσμο
- Το Amadeus Rail αντλεί πληροφορίες τοπικών σιδηροδρομικών φορέων στις βασικές ευρωπαϊκές αγορές
- Πλήρως ενσωματωμένο στο Amadeus Selling Platform προσφέρει γρήγορη και έξυπνη ροή κρατήσεων
- Τα εισιτήρια μπορούν είτε να τυπώνονται στο πρακτορείο είτε στο σημείο αναχώρησης

Με τη μοναδική, ενσωματωμένη Air-Rail οθόνη του Amadeus Rail, υπάρχει η δυνατότητα σύγκρισης αεροπορικών και σιδηροδρομικών δρομολογίων στις διαδρομές που χρησιμοποιούνται πιο συχνά, καθώς επίσης και σύγκρισης της συνολικής διάρκειας του ταξιδιού και του κόστους αυτού.

Το Amadeus Rail προσφέρει χάρτες καθισμάτων και λεπτομερείς πληροφορίες τραινών. Εγγυάται πληροφορίες σε πραγματικό χρόνο σε όλη τη διαδικασία κράτησης. Το Amadeus Rail έχει πρόσβαση στο σύστημα μέσω μιας αδιάλειπτης σύνδεσης, εξασφαλίζοντας έτσι ενημερωμένες και αξιόπιστες πληροφορίες ανά πάσα στιγμή. Η διαδικασία κράτησης ολοκληρώνεται με μια άμεση επιβεβαίωση της κράτησης.

2.1.4 Το Amadeus Hellas

Σύμφωνα με το δικτυακό τόπο της εταιρείας, το Amadeus Hellas ξεκίνησε τη λειτουργία του το 1993 και ασχολείται με την παροχή εφαρμογών υψηλών απαιτήσεων και προδιαγραφών που απευθύνονται στις τουριστικές επιχειρήσεις της Ελλάδας και της Κύπρου. Προσφέρει λύσεις καινοτόμες και τεχνολογικά προηγμένες, που στοχεύουν τόσο στην αύξηση της παραγωγικότητας της επιχείρησης όσο και στην καλύτερη εξυπηρέτηση του πελάτη. Οι λύσεις της είναι οικονομικές και δε χρειάζονται μεγάλο χρόνο εκπαίδευσης καθώς τα παρεχόμενα εργαλεία είναι λειτουργικά και εύκολα στην εκμάθηση, ταυτόχρονα όμως είναι και αξιόπιστα.



2.2. Galileo International

Για τη συγγραφή της παρούσας ενότητας χρησιμοποιήθηκαν πληροφορίες και από την ιστοσελίδα της εταιρείας. (<http://www.travelport.com/lob/gds/galileo.aspx> τελευταία ημερομηνία προσπέλασης 19/11/2011)

2.2.1. Η ιστορία του Galileo International

Το Galileo International αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα συστήματα GDS στην τουριστική βιομηχανία δίνοντας τη δυνατότητα στους χρήστες του να πραγματοποιούν κρατήσεις διαφόρων τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών και να απολαμβάνουν αξιόπιστη και ευέλικτη πρόσβαση σε καταλόγους, δρομολόγια και πληροφορίες τιμολόγησης. Ιδρύθηκε το Σεπτέμβριο του 1993 από 11 μεγάλες αεροπορικές εταιρείες τις: Aer Lingus, Air Canada, Alitalia, Austrian Airlines, British Airways, KLM Royal Dutch Airlines, Olympic Airlines, Swissair, TAP Air Portugal, United Airlines και US Airways. (Θεοχάρης, 2005).

Τα κεντρικά γραφεία του Galileo International βρίσκονται στο Παρσίπανι του Νιου Τζέρσι των Η.Π.Α, ενώ η κεντρική τοποθεσία με τα μηχανικά συστήματα και τις βάσεις δεδομένων στεγαζόνταν μέχρι και το 2008 στο Ντένβερ του Κολοράντο. Ωστόσο τη χρονιά

εκείνη μεταφέρθηκαν στην Ατλάντα της Τζόρτζια, καθώς το 2007 η εταιρεία Travelport του Galileo International συγχωνεύτηκε με τη Worldspan. Οι δύο εταιρείες συνεχίζουν να δουλεύουν σαν ξεχωριστά συστήματα αλλά διατηρούν κοινή βάση δεδομένων. Επίσης διαθέτει περιφερειακά γραφεία στο Ηνωμένο Βασίλειο στο Ντουμπάι και στο Χονγκ-Κονγκ.

Υπολογίζεται ότι μέχρι το 2002 το 26,4% των ταξιδιωτικών κρατήσεων παγκοσμίως πραγματοποιούνται μέσω των συστημάτων της.

2.2.2. Η παρουσία του Galileo International στην παγκόσμια αγορά

Το Galileo International είναι ένα προηγμένο σύστημα διανομής του τουριστικού προϊόντος και ένας από τους μεγαλύτερους παρόχους των αντίστοιχων εφαρμογών σε παγκόσμιο επίπεδο. Οι σημαντικές υπηρεσίες που προσφέρει στη διανομή και πώληση των τουριστικών προϊόντων αλλά και η εμπιστοσύνη που εμπνέει στις εταιρείες που συνεργάζονται με αυτό, οδηγούν σε αύξηση της αποτελεσματικότητας, μείωση του λειτουργικού κόστους και αύξηση των κερδών για όλες τις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις του τουριστικού τομέα. Αποτελεί μάλιστα ένα από τα μεγαλύτερα παγκόσμια εμπορικά κέντρα δεδομένων και διεκπαιρώνει 92 δις συναλλαγές ετησίως ενώ επεξεργάζεται 35 εκατομμύρια αιτήσεις για πληροφορίες ανά ημέρα..

Σύμφωνα με στοιχεία του 2002, το Galileo International απασχολεί συνολικά 3.000 άτομα, εκπροσωπείται σε 115 χώρες και έχει 65 γραφεία πωλήσεων. Η εταιρεία τροφοδοτεί ταξιδιωτικά γραφεία σε περίπου 45.000 τοποθεσίες καθώς και άλλους συνδρομητές. Με το Galileo International είναι συνδεδεμένες 500 αεροπορικές εταιρίες σε 5.000 προορισμούς, 227 εταιρίες ξενοδοχείων με 50.000 ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, 32 εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων σε 19.000 τοποθεσίες, 363 διοργανωτές ταξιδιών και όλες οι μεγάλες ακτοπλοϊκές εταιρείες.

Το Galileo International διαθέτει μία σειρά από ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα του που το καθιστούν ένα από τα τέσσερα σημαντικότερα GDS. Αυτά είναι:

- Το μεγάλο μερίδιο της αγοράς που κατέχει.
- Η ισχυρή παγκόσμια παρουσία του.
- Οι δυναμικές αλλά ταυτόχρονα σχέσεις εμπιστοσύνης που διατηρεί με διαφορετικές ομάδες προμηθευτών τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών.
- Τα ευέλικτα και τεχνολογικά προηγμένα πληροφοριακά συστήματα που ανταποκρίνονται στις ιδιαίτερες ανάγκες των επιχειρήσεων.

- Το εξαιρετικά καταρτισμένο προσωπικό.
- Η σταθερή αξία στην ποιότητα των προϊόντων. (Das, 2002)

2.2.3. Τα προϊόντα του Galileo International

Οι λογισμικές εφαρμογές του Galileo International αποτελούν ένα σύγχρονο εργαλείο για κάθε επιχείρηση του τουριστικού κλάδου η οποία κάνοντας χρήση των προϊόντων αυτών επιτυγχάνει με άνεση μια σειρά πολύπλοκων εργασιών. Τα προϊόντα αυτά είναι:

- Galileo 360 Fares
- Galileo Agency Private Fares
- Galileo Airline Private Fares
- Galileo CarMaster™
- Galileo Desktop 2.0
- Galileo Developer Tools
- Galileo Groups
- Galileo RailMaster™
- Galileo RoomMaster™
- Galileo VacationsSM
- Travelport Agencia™
- Travelport Cruise & Tour™
- Travelport Fare Verified™
- Travelport Rapid Reprice™
- Travelport UK Rail™
- Travelport ViewTrip™

Τα σημαντικότερα από αυτά τα προϊόντα αναλύονται παρακάτω.

2.2.3.1. Travelport ViewTrip™

Το Travelport View Trip είναι μια ασφαλής τοποθεσία web προσβάσιμη από ταξιδιώτες που χρησιμοποιούν είτε το Galileo είτε το WorldSpan.

Το Travelport View Trip είναι η μοναδική σε απευθείας σύνδεση υπηρεσία με το δρομολόγιο του κάθε ταξιδιώτη και τις ηλεκτρονικές ανάγκες των εισιτηρίων του. Οι

ταξιδιώτες μπορούν να έχουν πρόσβαση σε εξατομικευμένες διαδρομές και σε ηλεκτρονικά εισιτήρια ανά πάσα στιγμή, από οποιαδήποτε διαδικτυακή θέση και χωρίς την οποιαδήποτε χρέωση.

Χαρακτηριστικά

Οι ταξιδιώτες έχουν 24/7 (24 ώρες την ημέρα και 7 ημέρες την εβδομάδα) απευθείας πρόσβαση σε προσωπικές διαδρομές, σε ηλεκτρονικά αρχεία εισιτηρίων και σε ηλεκτρονικές αποδείξεις εξόδων, συμπεριλαμβανομένης και της δυνατότητας να ανακτήσουν, να αναθεωρήσουν, να εκτυπώσουν και να στείλουν τα δεδομένα μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

Πολλαπλές γλωσσικές δυνατότητες είναι διαθέσιμες. Πιο συγκεκριμένα, οι πελάτες της Worldspan μπορούν να επιλέξουν ανάμεσα σε 10 γλώσσες ενώ οι πελάτες του Galileo ανάμεσα σε 23 γλώσσες.

Οι πλήρεις πληροφορίες του PNR και του προορισμού ενός ταξιδιώτη μπορούν να προσεγγιστούν μέσω View Trip, συμπεριλαμβάνοντας τους αριθμούς επιβεβαίωσης μιας πτήσης, τις ώρες αναχώρησης και άφιξης, τις ηλεκτρονικές πληροφορίες για τα εισιτήρια, την διάρκεια και την απόσταση μιας πτήσης, τις πληροφορίες γεύματος, ξενοδοχείων, ενοικίων αυτοκινήτων, χαρτών προορισμού και καιρού.

Οι τηλεφωνικές έρευνες στα πρακτορεία και στις αερογραμμές για τις πληροφορίες αναχώρησης- άφιξης αποβάλλονται, βελτιώνοντας την παραγωγικότητα για τις αντιπροσωπείες και τις αερογραμμές.

2.2.3.2. Galileo Agency Private Fares

Η Galileo Agency Private Fares είναι μια εντυπωσιακή υπηρεσία, η οποία αναλαμβάνει την διαχείριση και διανομή των αεροπορικών ναύλων.

Η Galileo Agency Private Fares προσφέρει επίσης ένα ισχυρό εργαλείο για τις τιμές δικτύου που έχουν κατατεθεί από τις αεροπορικές εταιρείες για λογαριασμό των πρακτορείων- πελατών τους.

Χαρακτηριστικά

Εξασφαλίζει χαμηλότερες τιμές εισιτηρίων ενσωματώνοντας τις τιμές των ιδιωτικών αλλά και των δημόσιων αεροπορικών εταιρειών.

Παρέχει ασφαλή δεδομένα επιτρέποντας να προσδιορίσει την χρήση και πρόσβαση στα απόρρητα δεδομένα των ναύλων.

Τα ενσωματωμένα χαρακτηριστικά ασφαλείας επιτρέπουν τον πλήρη έλεγχο της βάσης δεδομένων.

2.2.3.3. Galileo Airline Private Fares

Η Galileo Airline Private Fares επιτρέπει στις αεροπορικές εταιρείες να υποβάλλουν τις ιδιωτικές τιμές για τους πελάτες του Galileo, μέσω της χρήσης των κατηγοριών της αυτοματοποιημένης Airline Tariff Publishing Company.

Χαρακτηριστικά

Αυτόματη φόρτωση ναύλων των διεθνών και εγχώριων δρομολογίων.

Πολλαπλές ενημερώσεις κάθε μέρα ώστε να εξασφαλιστεί η πιο πρόσφατη τιμή για ναύλους.

Εμποδίζει τα λάθη σε προγράμματα ταξιδιών και σε συμφωνίες με προμηθευτές.

2.2.3.4. Travelport 360 Fares

Το Travelport 360 Fares είναι ένα παγκόσμια σύστημα τιμών και ναύλων που τροφοδοτεί όλους τους ναύλους και τις συναλλαγές των τιμών στα παγκόσμια συστήματα διανομής του Travelport.

Παρέχει πρόσβαση σε μία πλήρη σειρά αυτοματοποιημένων τύπων ναύλων μέσα από μία μόνο πηγή και διασφαλίζει την συνοχή ως προς την τιμολόγηση σε όλους τους τύπους συναλλαγών.

Χαρακτηριστικά

Γρήγορη απογραφή σε περισσότερες από 500 αεροπορικές εταιρείες σε όλο τον κόσμο, συμπεριλαμβανομένων και των πάνω από 50 αερογραμμών χαμηλού κόστους.

Οι ευέλικτες αγορές βοηθούν στο να βρεθούν χαμηλού κόστους ναύλοι με βάση τις προτιμήσεις του κάθε ταξιδιώτη.

2.2.4. Η Galileo Hellas SA

Η Galileo Hellas SA ιδρύθηκε το Φεβρουάριο του 1991, με εξειδίκευση στην ηλεκτρονική διανομή συστημάτων κρατήσεων στο χώρο του τουρισμού και των μεταφορών.

Είναι θυγατρική εταιρεία της Ολυμπιακής Αεροπορίας και αποτέλεσε τον αποκλειστικό διανομέα της Galileo International στην ελληνική αγορά. Η εταιρεία είχε ως σκοπό τη δημιουργία ενός ολοκληρωμένου συστήματος υπηρεσιών πληροφόρησης στον τομέα του ελληνικού τουρισμού. Αποτέλεσε τη μεγαλύτερη ελληνική εταιρεία με εξειδίκευση στην ηλεκτρονική διανομή συστημάτων κρατήσεων ενώ διαθέτει ένα από τα μεγαλύτερα ιδιόκτητα τηλεπικοινωνιακά δίκτυα μεταγωγής δεδομένων την Ελλάδα με σύγχρονα και αποδοτικά πρωτόκολλα επικοινωνίας.

Ωστόσο, από το 2011 και έπειτα η Travelport στην οποία ανήκει το Gallileo International αποφάσισε την απευθείας παροχή υπηρεσιών προς ταξιδιωτικά πρακτορεία συνδεδεμένα με το σύστημα Galileo στην Ελλάδα και την Κύπρο, μετά την λήξη της συμφωνίας διανομής που έχει με την Galileo Hellas. Η απόφαση αυτή πάρθηκε από την εταιρεία στο πλαίσιο της στρατηγικής της, η οποία προβλέπει επένδυση στην συγκεκριμένη περιοχή και ανάπτυξη απευθείας δραστηριότητας και έτσι δε θα προχωρήσει στην ανανέωση της συμφωνίας διανομής. Η εταιρεία θα συνεχίσει να παρέχει τις ίδιες υπηρεσίες αλλά και την υποστήριξή της, απευθείας σε όλα τα ταξιδιωτικά πρακτορεία που είναι συνδεδεμένα με το σύστημα Galileo.



2.3. Sabre

Για τη συγγραφή της παρούσας ενότητας χρησιμοποιήθηκαν πληροφορίες και από την επίσημη ιστοσελίδα της εταιρείας. (<http://www.sabre-holdings.com> τελευταία ημερομηνία προσπέλασης 19/11/2011)

2.3.1. Η ιστορία του Sabre

Το Sabre δημιουργήθηκε το 1964 από την American Airlines στην προσπάθειά της να αυτοματοποιήσει το σύστημα κρατήσεων της καθώς ο αριθμός των ταξιδιωτών που χρησιμοποιούσε τις αεροπορικές πτήσεις ολόένα και μεγάλωνα και το χειρόγραφο σύστημα είχε πάψει να είναι αποδοτικό. Η πορεία του μέσα σε αυτές τις τέσσερις δεκαετίες είναι αρκετά επιτυχής καταφέρνοντας να αναπτύξει πολλές καινοτομίες και να μετασχηματίσει

ουσιαστικά την ταξιδιωτική βιομηχανία. Στις 15 Μαρτίου 2000 η εταιρεία αυτονομήθηκε από την American Airlines και από τον Μάρτιο του 2007, η Sabre προχώρησε σε αύξηση του μετοχικού της κεφαλαίου και εισήχθη στο χρηματιστήριο ως Sabre Holdings® με τέσσερις χωριστούς τομείς στους οποίους και δραστηριοποιείται.

Η Sabre Holdings® αποτελεί σήμερα έναν από τους κυριότερους προμηθευτές τεχνολογίας για την τουριστική βιομηχανία διαθέτοντας ουσιαστικά τρία παγκόσμια κανάλια διανομής ένα για τα πρακτορεία ταξιδίων, ένα για τις αεροπορικές εταιρείες και ένα για πώληση απευθείας στον πελάτη. Τα προϊόντα που παρέχει χαρακτηρίζονται για την καινοτομία τους και ενισχύουν το εμπόριο και τις υπηρεσίες ταξιδιού και βελτιώνοντας τις λειτουργίες των αεροπορικών εταιρειών και των προμηθευτών τουριστικών προϊόντων.

2.3.2. Η παρουσία του Sabre στην παγκόσμια αγορά

Η έδρα της εταιρείας έχει έδρα το Southlake του Τέξας και απασχολεί περίπου 9.000 υπαλλήλους σε 59 περιοχές του κόσμου. Το Sabre αποτελεί μία από τις κορυφαίες επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών προώθησης, διανομής και πώλησης τουριστικών προϊόντων και έχει το μεγαλύτερο μερίδιο στην παγκόσμια αγορά των GDS. Χρησιμοποιείται από περισσότερα από 55.000 ταξιδιωτικά γραφεία παγκοσμίως και παρέχει δεδομένα σε 400 περίπου αεροπορικές εταιρείες, 88.000 ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, 24 εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων, 13 ακτοπλοϊκές εταιρίες, 33 σιδηροδρομικές επιχειρήσεις και 229 διοργανωτές ταξιδιών.

Καθιστά ικανές πολλές από τις κορυφαίες παγκοσμίως εταιρείες του τουριστικού τομέα να προβούν στην αναζήτηση, τιμολόγηση, κράτηση και έκδοση εισιτηρίων ανάμεσα σε μία πληθώρα αεροπορικών εταιρειών, ξενοδοχειακών μονάδων, εταιρειών ενοικίασης και τουριστικών οργανισμών. Η εταιρεία εξελίσσεται συνεχώς επενδύοντας μεγάλα ποσά στην έρευνα και την ανάπτυξη, προσπαθώντας να παρέχει τις κατάλληλες και πιο σύγχρονες τεχνολογικές λύσεις στους πελάτες της με γνώμονα τον εμπλουτισμό της ταξιδιωτικής εμπειρίας. Τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα του Sabre είναι η θέση του στην αγορά και η φήμη τόσων ετών, η παγκόσμια εμβέλεια του, η σταθερή ποιότητα των προϊόντων του, η διαφοροποίηση των προσφερόμενων υπηρεσιών σε σχέση με τα εισοδήματα των τουριστών και η κληρονομιά της μακρόχρονης ιστορίας του.

2.3.3. Τα προϊόντα του Sabre

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, η Sabre Holdings® έχει οργανωθεί σε τέσσερις ξεχωριστές επιχειρηματικές ενότητες που η κάθε μία αναλαμβάνει και μία άλλη δραστηριότητα. Έτσι χωρίζεται στα:

- Travelocity® — Πρόκειται για διαδικτυακό τουριστικό πρακτορείο το οποίο βοηθά απευθείας τους τελικούς καταναλωτές να βρουν τις καλύτερες κρατήσεις για τις διακοπές τους σε αεροπορικές εταιρείες, ξενοδοχεία, εταιρείες ενοικιάσεως αυτοκινήτων και οργανωμένα πακέτα διακοπών.
- Sabre Travel Network® — Αποτελεί ένα παγκόσμιο κανάλι διανομής μίας πληθώρας τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών.
- Sabre Airline Solutions® — Παρέχει τεχνολογικές λύσεις και υπηρεσίες σε αεροπορικές εταιρείες
- Sabre Hospitality SolutionsSM — Παρέχει τεχνολογικές λύσεις και υπηρεσίες σε ξενοδοχεία.

Καθένας από αυτούς τους τομείς διαθέτει μία πληθώρα προϊόντων που βοηθούν τις τουριστικές επιχειρήσεις να μειώσουν το κόστος τους και να βελτιώσουν λειτουργίας τους επιτυγχάνοντας μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα και κερδοφορία. Μερικά από αυτά τα προϊόντα είναι τα:

- SabreSonic® Check-In
- SabreSonic® Web
- Sabre® AirVision™ Revenue Accounting
- SabreSonic® Ticket
- Sabre® AirVision™ Revenue Manager
- SabreSonic® Inventory
- SabreSonic® Loyalty
- SabreSonic® Customer Sales & Service]
- SabreSonic® Res
- Sabre Travel Network®
- Sabre® MyFares™
- SabreSonic® Sell
- Sabre® Qik® Solution
- Sabre® GDS Display Analysis

- Sabre® Direct Connect
- Guest ConnectSM Website Booking Engine

Επίσης η εταιρεία διαθέτει και τα εμπορικά σήματα : Sabre Hotel RFP (πρώην BidStork), GetThere, holiday autos, IgoUgo, MySabre, lastminute.com, Nexion, ShowTickets.com, Site59, SynXis, Travelocity Business, World Choice Travel, TRAMS, Inc., TravelStudios, cubeless, BidStork, VirtuallyThere.

Τα σημαντικότερα από αυτά τα προϊόντα, αναλύονται παρακάτω:

2.3.3.1. Sabre Airline Solutions

Το Sabre Airline Solutions είναι ο μεγαλύτερος προμηθευτής προϊόντων λογισμικού, λύσεων επιβατών και συμβουλευτικών υπηρεσιών για αεροπορικές εταιρίες παγκοσμίως. Η εταιρία βοηθάει τις αεροπορικές να μειώσουν το κόστος, να απλοποιήσουν τη λειτουργία τους, να αυξήσουν τα έσοδά τους και να βελτιώσουν την εξυπηρέτηση πελατών.

Το Sabre air είναι γεμάτο με απaráμιλλο περιεχόμενο από περισσότερες από 400 αεροπορικές εταιρείες. Από το 2006 αποδεδειγμένα κατέχει τις χαμηλότερες τιμές ναύλων από οποιοδήποτε άλλο GDS.

Οι αεροπορικές εταιρείες της Sabre έχουν τις πιο δυναμικές και αποτελεσματικές υπηρεσίες marketing και διανομής για αύξηση των εσόδων και προβολής, καθώς και τα απαραίτητα στοιχεία της αγοράς.

Χαρακτηριστικά

- Αυξάνει την ταχύτητα και την ακρίβεια, προσφέροντας στους πελάτες περισσότερες επιλογές.
- Βρίσκει τις χαμηλότερες τιμές πιο συχνά από κάθε άλλο GDS
- Δίνει την δυνατότητα, μέσω αυτόματης ειδοποίησης στον χρηστή, να εναλλάξει τις περιηγήσεις για περισσότερες επιλογές τιμής.

2.3.3.2. Sabre Hotels

Το Sabre hotels προσφέρει τιμές και διαθεσιμότητα σε πραγματικό χρόνο για περισσότερα από 88,000 ξενοδοχεία σε 240 χώρες μέσω του εργαλείου κρατήσεων της Sabre που έχει επιλέξει ο πελάτης. Ο πελάτης λοιπόν μπορεί να διαχειρίζεται και να αναζητά εύκολα τις διαπραγματευμένες τιμές και να είναι απόλυτα σίγουρος ότι έχει πρόσβαση στις

ίδιες δημόσια διαθέσιμες τιμές στο διαδίκτυο (ή ακόμα και στο website του ίδιου του ξενοδοχείου). Το Sabre hotels προσφέρει λοιπόν αυτήν τη σιγουριά και πολλά περισσότερα.

Και επειδή μια ταξιδιωτική εμπειρία κρίνεται πάντα στις λεπτομέρειες, Το Sabre hotels παρέχει πληροφορίες για πρόσθετες παροχές, επιπρόσθετες παροχές επί προμήθειας οι οποίες κάνουν το ταξίδι αξέχαστο, και περισσότερες από 275,000 φωτογραφίες ξενοδοχείων για να βοηθούν τον πελάτη να βρει το ιδανικό δωμάτιο. Και όλα αυτά εισάγοντας πάντα όλες τις κρατήσεις στο PNR του ταξιδιώτη.

Χαρακτηριστικά

- Ο πελάτης μπορεί να βρει εύκολα και να κάνει κράτηση στο ξενοδοχείο που ικανοποιεί τις ανάγκες του, χρησιμοποιώντας δυναμικές λειτουργίες αναζήτησης.
- Να κάνει κράτηση με αυτοπεποίθηση, μιας που οι τιμές και οι διαθεσιμότητα είναι ενημερωμένες και σωστές.
- Να δει αναλυτικές πληροφορίες ξενοδοχείων μέσω μιας μεγάλης βάσης δεδομένων με τιμές και χαρακτηριστικά.

2.3.3.3. Sabre Sonic Web

Η ιστοσελίδα μιας επιχείρησης, αν και είναι το πιο πολύτιμο περιουσιακό στοιχείο της, αφού η καλή ή κακή εντύπωση είναι αυτή που παίζει ρολό στην απόφαση του πελάτη, παρόλα αυτά η τεχνολογία δεν μένει μόνο εκεί και συνεχώς εξελίσσεται. Οι πελάτες θέλουν να μπορούν να ψωνίζουν και να κάνουν κρατήσεις για ταξίδια, on-line και εν κινήσει και έχουν υψηλές προσδοκίες για το πώς αυτό μπορεί να επιτευχτεί.

Δεν είναι πλέον αρκετό το να υπάρχει μια ιστοσελίδα. Χρειάζεται μια ισχυρή Internet μηχανή κρατήσεων που να παρέχει την ευελιξία, για να μπορεί να ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις και στις ανάγκες των πελατών της. Όλα αυτά λοιπόν, κάνουν το Sabre Sonic Web, να είναι ένα από τα κορυφαία συστήματα κρατήσεων

Χαρακτηριστικά

- Περιλαμβάνει μια best-in-class μηχανή on-line κρατήσεων.
- Δυνατότητα ρύθμισης των αγορών και των τιμών
- Ένα self-service check in, καθώς και πολλά εργαλεία αναφοράς των τιμών.



2.4. Worldspan

Για τη συγγραφή της παρούσας ενότητας χρησιμοποιήθηκαν πληροφορίες από την ιστοσελίδα της εταιρείας. (<http://www.travelport.com/lob/gds/Worldspan.aspx> τελευταία ημερομηνία προσπέλασης 19/11/2011)

2.4.1. Η Ιστορία του Worldspan

Το Worldspan, με έδρα τη Ατλάντα των Η.Π.Α., ιδρύθηκε το Φεβρουάριο του 1990 από τις αεροπορικές εταιρείες Delta Airlines Inc, Northwest Airlines και TWA και αποτελεί το δεύτερο νεότερο των τεσσάρων μεγάλων GDS. Σκοπός της εταιρείας ήταν η προσφορά υπηρεσιών διανομής και πώλησης τουριστικών προϊόντων στα τουριστικά γραφεία παγκοσμίως.

Η εταιρεία άρχισε να ασχολείται με την διανομή και πώληση μέσω του διαδικτύου το 1995 και η πορεία της ήταν ιδιαίτερα επιτυχής. Κατάφερε να εδραιωθεί στο χώρο και να εξασφαλίσει τη μακροπρόθεσμη επιτυχία της, αναπτύσσοντας επιτυχώς τις κατάλληλες στρατηγικές και υπηρεσίες. Σημαντικό κομμάτι σε αυτήν την κατεύθυνση είναι οι ουσιώδεις συνεργασίες που ανέπτυξε με κορυφαίες επιχειρήσεις της τεχνολογίας του τουρισμού, που την οδήγησαν στη δημιουργία διαφόρων καινοτομιών και ενός ευρύτερου πλαισίου λύσεων και διαδικτυακών τουριστικών προϊόντων.

Έτσι το 1995 δημιούργησε, συνεργαζόμενη με τη Microsoft, τη μηχανή κρατήσεων του Expedia, το 1996 έθεσε σε λειτουργία την ιστοσελίδα της www.worldspan.com, ενώ το 1998 η Priceline υιοθέτησε το μηχανισμό κρατήσεων του Worldspan για τις κρατήσεις της ιστοσελίδας της. (Das, 2002)

Η επιτυχία της ώθησε τους αρχικούς τους ιδιοκτήτες το 2003 στην πώλησή της έναντι μεγάλου ποσού στη Citigroup Venture Capital και Ontario Teachers' Pension Fund και στη συνέχεια τον Αύγουστο του 2007 συγχωνεύτηκε έναντι 1,4 δισεκατομμυρίων δολαρίων με την εταιρεία Travelport στην οποία ανήκει πλέον και το Galileo.

2.4.2. Η παρουσία του Worldspan στην παγκόσμια αγορά

Το Worldspan κατάφερε να επεκταθεί στις τουριστικές αγορές της Βόρειας και Νότιας Αμερικής, στην Ευρώπη και στην Ασία, επιτυγχάνοντας ταυτόχρονα μεγάλη αποτελεσματικότητα και υψηλή κερδοφορία. Σήμερα, παίζει ηγετικό ρόλο στις κρατήσεις μέσω διαδικτύου των τουριστικών πρακτόρων, κατακτώντας τη διαχείριση άνω του 50% των διαδικτυακών κρατήσεων παγκοσμίως. Η ηλεκτρονική διανομή ταξιδιωτικών προϊόντων γίνεται πιο γρήγορη και εύκολη μέσα από τη χρήση του των εφαρμογών του Worldspan, ενώ προσφέρεται και η δυνατότητα στα γραφεία ταξιδιών και στους φορείς παροχών τουριστικών υπηρεσιών για ανάπτυξη των τεχνικών ηλεκτρονικού εμπορίου. Το Worldspan, σύμφωνα με στοιχεία του 2002, εξυπηρετεί:

- 20.021 γραφεία ταξιδιών σε 90 χώρες παγκοσμίως
- 421 αεροπορικές εταιρίες
- 210 εταιρίες φιλοξενίας που αντιπροσωπεύουν πάνω από 50.000 ξενοδοχειακές μονάδες
- 40 επιχειρήσεις ενοικιάσεως αυτοκινήτων
- 39 εταιρείες διοργάνωσης ταξιδιών
- 44 προμηθευτές ειδικών τουριστικών υπηρεσιών (Das, 2002)

2.4.3. Τα προϊόντα της Worldspan

Από τα παραπάνω κατέστη φανερό, πως το Worldspan εξελίσσεται διαρκώς εξασφαλίζοντας τη πιο σύγχρονη τεχνολογία στον τουριστικό τομέα, και προβαίνει σε συνεργασίες με διαφορετικές επιχειρήσεις, επεκτείνοντας με αυτόν τον τρόπο το εύρος των παρεχόμενων στην πελατειακή του βάση υπηρεσιών.

Το Worldspan παρέχει στα ταξιδιωτικά πρακτορεία και στις άλλες συνεργαζόμενες τουριστικές επιχειρήσεις παγκόσμια ηλεκτρονική διανομή ταξιδιωτικών πληροφοριών, διαδικτυακά προϊόντα, υψηλή συνδεσιμότητα, καθώς και τη δυνατότητα για επέκταση της επιχείρησης μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου. Τέτοιου είδους υπηρεσίες είναι η επεξεργασία

των συναλλαγών, η κατασκευή και η φιλοξενία των ιστοσελίδων, η προσφορά εφαρμογών για κρατήσεις στο διαδίκτυο και η δημιουργία μηχανών αναζήτησης ναύλων και τιμών.

Ορισμένα ενδεικτικά προϊόντα και υπηρεσίες που προσφέρει το Worldspan στους πελάτες του είναι τα:

- Worldspan Airline Source ®
- Worldspan Car Rental Distribution Solutions
- Worldspan Go! ®
- Worldspan FareSource ®
- Worldspan Interactive Maps™ for Hotels
- Travelport Meridian™
- Worldspan SecuRate® Air
- Worldspan SecuRate™ Air Plus
- Worldspan VacationSelectSM
- Worldspan WorldGroup™
- Worldspan XML Pro

Τα σημαντικότερα από αυτά τα προϊόντα, αναλύονται παρακάτω:

2.4.3.1. Worldspan Airline Source

Η Worldspan Airline Source είναι το πιο υψηλού επιπέδου σύστημα συνδεσιμότητας για την κράτηση των αεροπορικών ναύλων στο Worldspan GDS, προσφέροντας συνεχόμενη διαθεσιμότητα σε ένα περιβάλλον πραγματικού χρόνου.

Η Airline Source λειτουργεί μέσω μιας αποκλειστικής διαλογικής σύνδεσης μεταξύ του εσωτερικού συστήματος κρατήσεων της αερογραμμής και του Worldspan GDS.

Τα συστήματα διαχείρισης της Airline, χρησιμοποιούνται για να παρουσιάσουν την διαθεσιμότητα πτήσεων, βασισμένα στην τοποθεσία των συνδρομητών, την κατηγορία της υπηρεσίας καθώς και τον αριθμό των θέσεων.

Μέσω του σημείου πώλησης, η διαθεσιμότητα μπορεί να επιστραφεί επιλεκτικά από την αγορά, από την σειρά πτήσης ή ημερομηνίας, από εσωτερικές ή διεθνής πτήσεις ή και από άλλα κριτήρια.

Χαρακτηριστικά

- Εξασφαλίζει την ακριβή διαθεσιμότητα της τελευταίας στιγμής.
- Αυξάνει την εμπιστοσύνη των συνδρομητών στον κατάλογο και στις υπηρεσίες που επιδεικνύονται.

- Ελαχιστοποιεί τις αποτυχημένες πωλήσεις που οφείλονται σε μη συγχρονισμένες πληροφορίες.
- Μεγιστοποιεί τις ευκαιρίες του εισοδήματος με την δυνατότητα να καθορίζει, με ακρίβεια τον κατάλογο των καθισμάτων.

2.4.3.2. Worldspan Securate Air Plus

Το Worldspan Securate Air Plus είναι μια από τις κορυφαίες λύσεις της αεροπορικής βιομηχανίας για διαπραγματεύσεις τιμών μέσω του διαδικτύου. Αυτό το προοδευτικό σύστημα αποθηκεύει αποτελεσματικά, ενημερώνει και διανέμει μεγάλες ποσότητες δεδομένων και ναύλων. Αποδεικνύεται ότι βοηθά τις αερογραμμές να κεφαλαιοποιηθούν παγκοσμίως σε αυτήν την σημαντική ροή εισοδήματος.

Το SecuRate Air Plus σε συνδυασμό με το Worldspan, δημιουργούν μία παγκόσμια βάση δεδομένων των τιμών καθώς επίσης και την καθοδήγηση της βιομηχανίας, την αναζήτηση χαμηλών τιμών και επαναξιολόγησης των εισιτηρίων.

Τα πραγματικά Sell Fares ανταποκρίνονται στις τιμές και οι φόροι εφαρμόζονται σωστά μέσω του φορολογικού πακέτου του Worldspan.

Χαρακτηριστικά

- Η αεροπορική εταιρεία έχει την δυνατότητα να δημιουργεί και να συντηρεί εσωτερικά τη δική της βάση δεδομένων διαπραγματεύσης ναύλων, μέσα από ένα γραφικό περιβάλλον για γρήγορη και εύκολη εισαγωγή δεδομένων, ενημερώσεων, διανομής ναύλων και αυτόνομης επικύρωσης κανόνων.
- Οι ιδιωτικές και διαπραγματευόμενες τιμές υποβάλλονται στο ίδιο πρόγραμμα σε ATPCO και φορτώνονται 8 φορές ημερησίως στο παγκόσμιο σύστημα διανομής Worldspan (GDS).
- Έλεγχοι ασφαλείας γίνονται κατά την πώληση και εκτύπωση των εισιτηρίων.

2.4.3.3. Worldspan Hotel Solutions

Οι δυναμικές τεχνολογίες της Worldspan για την παγκόσμια ξενοδοχειακή αγορά, εξυπηρετούν ταξιδιωτικά γραφεία, ιστοσελίδες ταξιδιών, τουριστικούς πράκτορες και εταιρικούς αγοραστές, σχεδόν σε κάθε ήπειρο. Μέσω της βάσης του προηγμένου συστήματος

του GDS Worldspan Hotel Select και των ενσωματωμένων ηλεκτρονικών εργαλείων, το Worldspan προτείνει δωμάτια ξενοδοχείων, είναι ικανό για ηλεκτρονικές κρατήσεις, επεκτείνει τις πωλήσεις των ξενοδοχείων, διαχειρίζεται αποτελεσματικά τα ταξίδια, μειώνει τα λειτουργικά έξοδα και αυξάνει την ταξιδιωτική ικανοποίηση.

Γίνεται κράτηση του ξενοδοχείου σε δευτερόλεπτα, χρησιμοποιώντας το Worldspan Go. Ένα εργαλείο κράτησης ξενοδοχείων, το οποίο είναι απλό και εύκολα προσβάσιμο από την επιφάνεια εργασίας ενός απλού Η/Υ.

Άμεση και παγκόσμια πρόσβαση στην πληρότητα και στις κρατήσεις των ξενοδοχείων, βοηθώντας τους πελάτες που δεν γνωρίζουν παραδοσιακά GDS.

Εύκολη προσθήκη εταιρικών ή διαπραγματευόμενων ποσοστών.

Χαρακτηριστικά

- Το Worldspan Hotel Select παρέχει στα ταξιδιωτικά γραφεία απευθείας συνδέσεις με τις εταιρείες ξενοδοχείων, σε πραγματικό χρόνο, με πραγματικό πλήθος τιμών, ποσοστών, διαθεσιμότητας για δεκάδες χιλιάδες ιδιώτες και στιγμιαίες επιβεβαιώσεις κρατήσεων
- Μέσω του Worldspan χαρτογραφούνται τα ξενοδοχεία και έτσι είναι εύκολη η πρόσβαση στην διαλογή και στη σύγκριση ξενοδοχείων μέσω φωτογραφικού υλικού, βίντεο και εικονικών γύρων 360 μοιρών, ώστε να δίνεται η καλύτερη επιλογή στους πελάτες.
- Παρέχει την δυνατότητα αποθήκευσης της αναζήτησης ξενοδοχείων, ώστε να γίνει σύγκριση άμεσα ή και ακόμη σε μια μελλοντική αναζήτηση αγοράς.
- Το Hotel Default Record, προσαρμόσιμο από το SID και από τους τουριστικούς πράκτορες, προωθεί αλλά και ελέγχει προμηθευτές και διευθυντές.

2.4.3.4. Travelport Cruise & Tour for Supplier

Το Travelport Cruise & Tour είναι βασισμένο σε ηλεκτρονικές αγορές και κρατήσεις, καθοδηγούμενο από την τεχνολογία Revelex. Το σύστημα αυτό δίνει στους πελάτες του Galileo και Worldspan στην Αμερική, οποιαδήποτε πρόσβαση σε πραγματικό χρόνο στον κατάλογο των προϊόντων. Οι ταξιδιωτικοί πράκτορες έχουν την δυνατότητα να

χρησιμοποιούν τις προηγμένες αγορές και κρατήσεις, με εμπιστοσύνη, μέσω απευθείας σύνδεσης στο σύστημα, σε πραγματικό χρόνο.

Μειώνει τα τηλεφωνήματα και το κόστος υπηρεσίας. Όλες οι κρατήσεις, τιμολογήσεις, τροποποιήσεις ,ακυρώσεις και όλες οι μεταπωλήσεις ρυθμίζονται μέσω του συστήματος.

Μειώνει τα γενικά έξοδα. Ένας μεγάλος αριθμός ταξιδιωτικών πρακτόρων μπορεί να έχει πρόσβαση στο σύστημα ταυτόχρονα, χωρίς την υπερφόρτωση αυτού.

Μειώνει τον χρόνο στην αναζήτηση, δίνοντας στις εταιρίες την άμεση και στιγμιαία πρόσβαση στις πληροφορίες του συστήματος Travelport Cruise & Tour. Δεν απαιτείται η σχεδίαση, η τύπωση και η αποστολή με φαξ των λεπτομερειών των νέων προϊόντων και των ειδικών προσφορών.

Χαρακτηριστικά

- Παρέχει στους ταξιδιωτικούς πράκτορες πρόσβαση στα προϊόντα 24 ώρες το 24ωρο, 7 ημέρες την εβδομάδα (24/7), μέσω οποιασδήποτε σύνδεσης στο διαδίκτυο.
- Επεκτείνει την εμβέλεια της αγοράς με διανομή στα ταξιδιωτικά γραφεία σε Αμερική και Καναδά.
- Δίνει την δυνατότητα εκμετάλλευσης διαφημιστικών on-line ευκαιριών.
- Αυξάνει τα εισοδήματα μέσω της αποδεδειγμένης τεχνολογίας διανομής Revelex.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

Τα σημαντικότερα Internet Distribution Systems – IDS

Τα Παγκόσμια Συστήματα Διανομής (GDS), παρέχουν στους καταναλωτές τη δυνατότητα να κλείνουν αεροπορικά εισιτήρια, δωμάτια ξενοδοχείων και ενοικιάσεις αυτοκινήτων μέσω Διαδικτυακών «πυλών» που ονομάζονται Συστήματα Διανομής στο Διαδίκτυο (**Internet Distribution System (IDS)**). Το Σύστημα Διανομής στο Διαδίκτυο είναι μια συλλογή από περισσότερα από 2.000 συστήματα κρατήσεων, ιστοσελίδες ταξιδιωτικών γραφείων, και ταξιδιωτικές πύλες οι οποίες ειδικεύονται στο διαδικτυακό μάρκετινγκ των ταξιδιών αλλά και άλλων συναφών υπηρεσιών. Αυτά τα online συστήματα έχουν χαρακτηριστικά γνωρίσματα που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να οδηγήσουν δυνητικούς ταξιδιώτες σε ένα συγκεκριμένο προορισμό και / ή εταιρεία ταξιδιών. Σε αντίθεση με την κράτηση μέσω του ταξιδιωτικού πράκτορα, κάθε καταναλωτής έχοντας πρόσβαση στο Internet, έχει τη δυνατότητα να πραγματοποιήσει ταξιδιωτικές κρατήσεις μόνος του.

Το Σύστημα Διανομής στο Διαδίκτυο προσφέρει την τεχνολογία που επιτρέπει στους πελάτες να δημιουργήσουν πλήρη ταξίδια που συνδυάζουν πτήσεις, ξενοδοχεία και άλλα καταλύματα, μεταφορές και δραστηριότητες για τον κάθε προορισμό. Οι ταξιδιώτες έχουν τη δυνατότητα να ερευνήσουν, να σχεδιάσουν, και να κάνουν κράτηση, ανάλογα με τις ταξιδιωτικές τους ανάγκες, από μια μεγάλη ποικιλία εταιρών. Η τεχνολογία επιτρέπει στους προμηθευτές ταξιδιού να αλλάζουν τις προσφορές τους γρήγορα, ώστε οι καταναλωτές να μπορούν να βρουν εξαιρετικές ευκαιρίες τελευταίας στιγμής για την αγορά τους.

Με λίγα λόγια στο μεγαλύτερο μέρος τους, αυτοί οι ισότοποι επιτρέπουν σε μη οργανωμένους ταξιδιώτες να συνδεθούν και να κάνουν οι ίδιοι τις κρατήσεις για τους εαυτούς τους, λαμβάνοντας αυτόματα απάντηση με των κωδικό επιβεβαίωσης της κράτησης τους από το CRS (Central Reservation System) του ξενοδοχείου. Αυτοί οι ισότοποι συνδέονται με τα ξενοδοχεία με έναν από τους εξής τρεις τρόπους (πηγή: <http://www.hotserve.gr/faq.html>, τελευταία ημερομηνία προσπέλασης 22/11/2011):

- Απευθείας σύνδεση με το συγκεκριμένο CRS του ξενοδοχείου.
- Σύνδεση με μία εταιρεία «μεσολαβητή» η οποία με την σειρά της συνδέεται με πολλά CRS ξενοδοχείων.
- Σύνδεση με ένα GDS το οποίο με την σειρά του συνδέεται με το CRS του ξενοδοχείου.

Γιατί λοιπόν είναι σημαντική η καταχώρηση σε ένα Σύστημα Διανομής στο Διαδίκτυο (IDS); Η απάντηση είναι απλή, σε όσα περισσότερα Συστήματα Διανομής στο Διαδίκτυο (IDS) υπάρχει καταχώρηση, τόσο πιθανότερο είναι να γίνει κράτηση. Τα πλεονεκτήματα περιλαμβάνουν τα ακόλουθα:

- Ορατότητα στο Διαδίκτυο σε οποιονδήποτε, οποτεδήποτε και οπουδήποτε, 7 ημέρες την εβδομάδα, 24 ώρες την ημέρα
- Απρόσκοπτη συνδεσιμότητα σε χιλιάδες ιστοσελίδες ταξιδιωτικών με τη διαθεσιμότητα αποθεμάτων
- Προσφορές που παρουσιάζονται στον καταναλωτή σε 21 κύριες γλώσσες
- Αύξηση των εσόδων από τις απευθείας πωλήσεις στους ταξιδιώτες
- Δυνατότητα αλλαγής τιμών γρήγορα με βάση τη ζήτηση
- Μείωση του από επιβεβαιωμένες κρατήσεις
- Είσπραξη της πληρωμής άμεσα
- Μείωση του προσωπικού υποστήριξης
- Μείωση του κόστους διαχείρισης
- Αποτελεσματική διαχείριση των κρατήσεων “τελευταίας στιγμής”
- Μεγιστοποίηση της πληρότητας
- Καθιέρωση τιμολογιακής πολιτικής για κάθε μονάδα
- Δυνατότητα λήψης κριτικών και σημαντικών στατιστικών μάρκετινγκ
- Εξοικονόμηση χρόνου από τον πράκτορα για να επικεντρωθεί στην ποιότητα των υπηρεσιών και την στρατηγική μάρκετινγκ
- Εστιάζοντας σε άμεσους πελάτες, θα υπάρξουν περισσότεροι ικανοποιημένοι επισκέπτες.
- Εξοικονόμηση χρόνου από τον πωλητή για να επικεντρωθεί στην οικοδόμηση σχέσεων με τους εταιρικούς πελάτες
- Είναι αποτελεσματικός και εύκολος τρόπος για την εισαγωγή ξενοδοχείων και επιχειρήσεων στην διαδικτυακή αγορά
- Η διαδικτυακή αγορά είναι διαθέσιμη 7 ημέρες την εβδομάδα, 24 ώρες την ημέρα.
- Χρησιμοποιείται εκτενώς από τους ταξιδιωτικούς πράκτορες και μερικές ταξιδιωτικές ιστοσελίδες.

- Το διαδίκτυο επιτρέπει στους ξενοδόχους να επεκταθούν σε νέα online κανάλια διανομής και με αποδοτικές μεθόδους να προσελκύσουν νέα μερίδια αγοράς.

Τα γεγονότα της 11ης Σεπτεμβρίου 2001 είχαν αντίκτυπο σε κάθε πτυχή της ζωής στις ΗΠΑ. Η Αμερικανική συμπεριφορά αμέσως άλλαξε και μερικές βιομηχανίες χτυπήθηκαν τόσο σκληρά όπως και ο τομέας των ταξιδιών και της φιλοξενίας. Αλλά, ο κόσμος έμενε στο σπίτι.

Τόσο τα επαγγελματικά ταξίδια όσο και τα ταξίδια αναψυχής έπεσαν σε πολύ χαμηλά επίπεδα και μέσα σε λίγες εβδομάδες οι πράκτορες σε όλες τις Ηνωμένες Πολιτείες άρχισαν να πιέζουν το κουμπί πανικού διαχείρισης απόδοσης - το κανάλι του Συστήματος Διανομής στο Διαδίκτυο (IDS).

Μετά την 11/9 και, ως αποτέλεσμα της ραγδαίας μείωσης της ζήτησης, τρίτοι δικτυακοί τόποι, όπως το Travelocity (Sabre Holdings) και το Expedia (πρώην Interactive Corporation), ήταν οι μόνες οντότητες με πωλήσεις. Οι ιδιοκτήτες και οι φορείς διαπραγματεύονταν κερδοφορία για την προβολή και σε ορισμένες περιπτώσεις πλήρωναν τα περιθώρια κέρδους των 40 και άνω τοις εκατό. Τότε οι άνθρωποι άρχισαν να ταξιδεύουν. Αν και η σχέση με αυτούς τους τρίτους δικτυακούς τόπους έχει προθερμανθεί κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών, έξυπνες επιχειρήσεις έχουν αναγνωρίσει την αποδοτικότητα του εν λόγω καναλιού και το διαχειρίζονται κατάλληλα.

Στο παρελθόν, για τους μικρούς επαγγελματίες φιλοξενίας, το Hotel Travel Index ήταν μια πολύ μεγάλη ετήσια δημοσίευση ξενοδοχείων και θέρετρων σε όλο τον κόσμο. Οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις μπορούσαν να αντέξουν οικονομικά το κόστος για να αγοράσουν διαφήμιση, ενώ μικρότερες επιχειρήσεις είχαν υποβιβαστεί στην καταχωρίσεις και στις πολυσύχναστες σελίδες ομάδας διαφημίσεων.

Το Διαδίκτυο πλέον έχει "σταθεροποιηθεί στον αγωνιστικό χώρο" για επιχειρήσεις όλων των μεγεθών και σε όλες τις αγορές. Μια μικρότερη ανεξάρτητη ιδιοκτησία με μια ποιοτική ιστοσελίδα και συμπαγές online πρόγραμμα μάρκετινγκ μπορεί να ανταγωνιστεί αποτελεσματικά μεγαλύτερες επιχειρήσεις ακόμη και τα μεγάλα sites.

Σε αντίθεση με διάφορες επενδύσεις διαφήμισης (πχ. Εκτυπώσεις ή τηλεοπτικά διαφημιστικά), η επένδυση σε σύστημα διανομής στο διαδίκτυο μπορεί να καθορίσει την επιτυχία. Ένας ποιοτικός δικτυακός τόπος, χωρίς την υποστήριξη μάρκετινγκ θα εξασθενήσει στην ανωνυμία του Διαδικτύου όπως και το αντίθετο.

Σήμερα ανεξάρτητες ιστοσελίδες αποτελούν το 20-40% των κρατήσεων δωματίων.

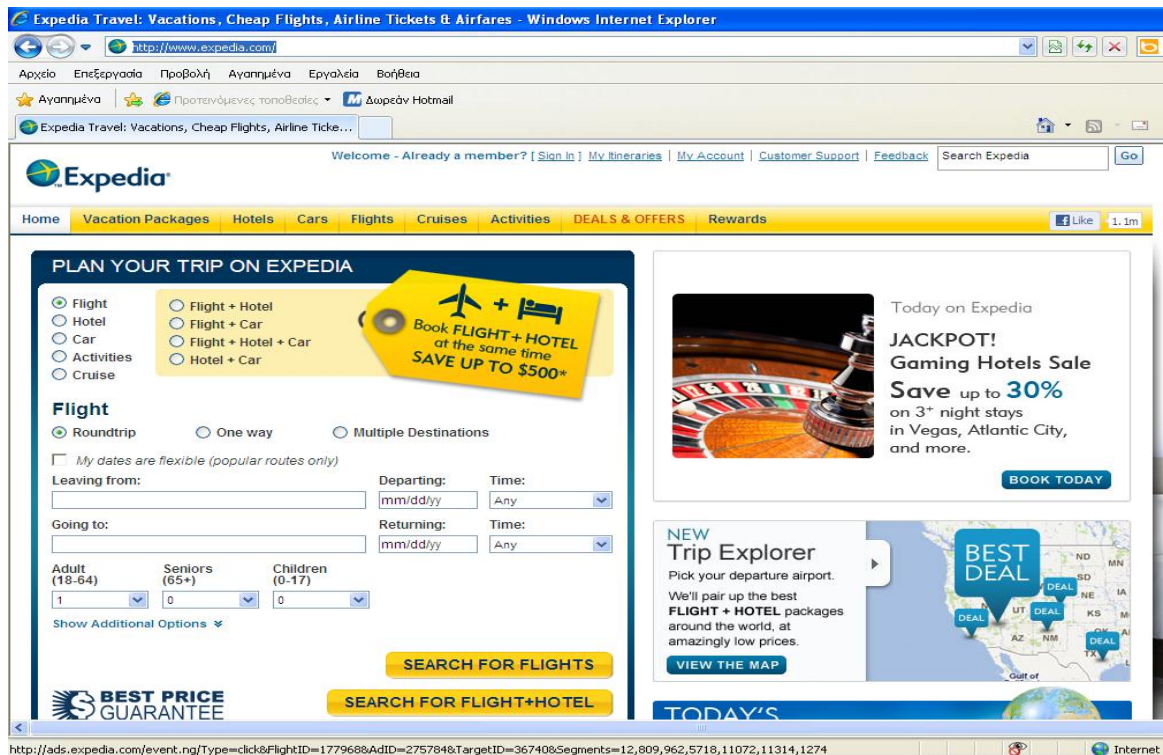
Η δημιουργία και συντήρηση ενός παραγωγικού και διάχυτα ορατού ιδιόκτητου συστήματος διανομής στο Διαδίκτυο είναι μια καλή επένδυση. (πηγή : <http://www.hospitalityperformancegroup.com/index.php/distribution/42-ids/58-ids-internet-distribution-system.html>, τελευταία ημερομηνία προσπέλασης 22/11/2011)

Τα μεγαλύτερα-δημοφιλέστερα από αυτά τα συστήματα είναι:

- To Expedia.com
- To Travelocity.com
- To Booking.com
- To Tripadvisor.com
- To Hotels.com
- To Venere.com
- To Orbitz.com
- To Lastminute.com
- To Hotwire.com
- To cnnTraveller.com

3.1. www.Expedia.com (τελευταία ημερομηνία προσπέλασης 22/11/2011)

Διαθέτει τεχνολογία που επιτρέπει στους πελάτες να δημιουργήσουν δυναμικά, πλήρη ταξίδια που συνδυάζουν πτήσεις, ξενοδοχεία και άλλα καταλύματα, μεταφορές και δραστηριότητες για τον κάθε προορισμό.



Εικόνα 1. Αρχική σελίδα www.expedia.com

Εξυπηρετούν πολλά και διαφορετικά τμήματα καταναλωτών, από οικογένειες που κάνουν κρατήσεις για τις καλοκαιρινές διακοπές μέχρι και σε ιδιώτες για μια γρήγορη απόδραση το σαββατοκύριακο.

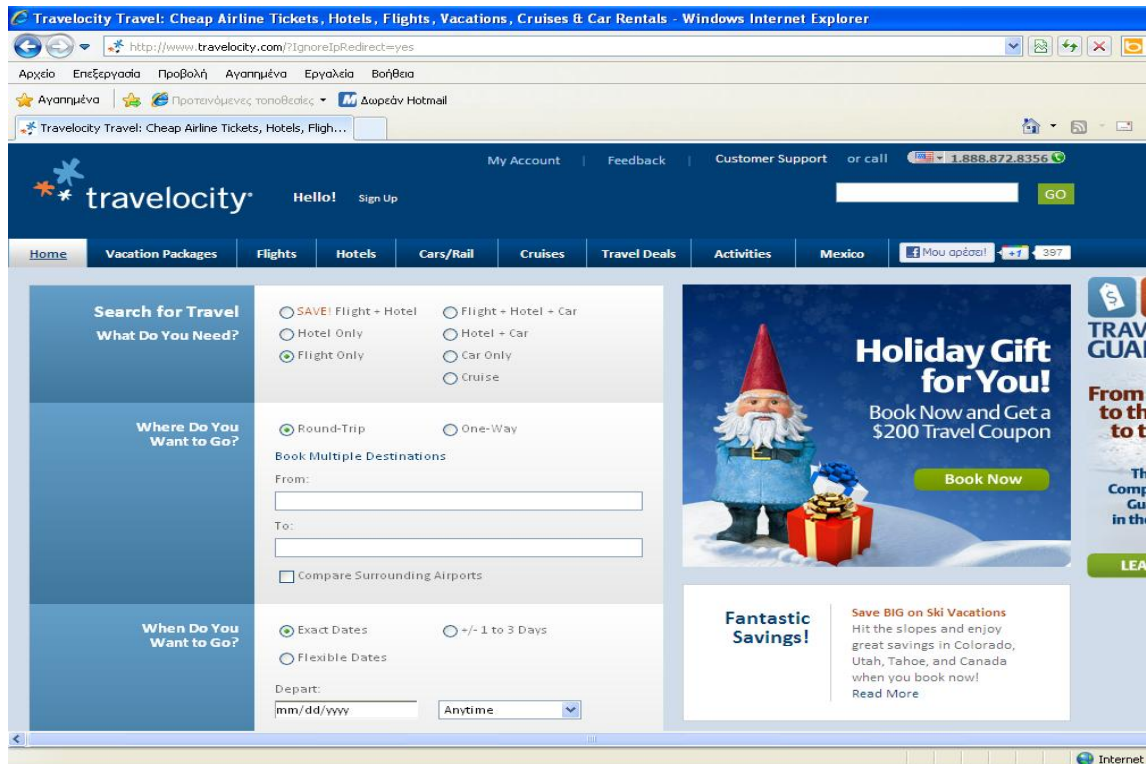
Η Expedia προσφέρει στους επισκέπτες την δυνατότητα για την έρευνα, το σχέδιο αλλά και για όλες τις ταξιδιωτικές τους ανάγκες

Οι αναγνωρισμένοι διαδικτυακοί τόποι της Expedia διαθέτουν αεροπορικά εισιτήρια, κρατήσεις ξενοδοχείων, ενοικιάσεις αυτοκινήτων, κρουαζιέρες και πολλές άλλες υπηρεσίες, από ένα ευρύ φάσμα συνεταιρών- εταιρειών.

Η τοποθέτηση των ξενοδοχείων στις ιστοσελίδες της Expedia είναι συνδεδεμένη με επαρκή περιγραφή, χαρακτηριστικά και φωτογραφίες.

3.2. www.Travelocity.com (τελευταία ημερομηνία προσπέλασης 22/11/2011)

Το Travelocity έχει αναπτυχθεί από το Sabre και είναι ένα από τα τρία μεγαλύτερα websites στις ΗΠΑ. Είναι ο αποκλειστικός συνεργάτης για την AOL και την Yahoo Travel.



Εικόνα 2. Αρχική σελίδα www.travelocity.com

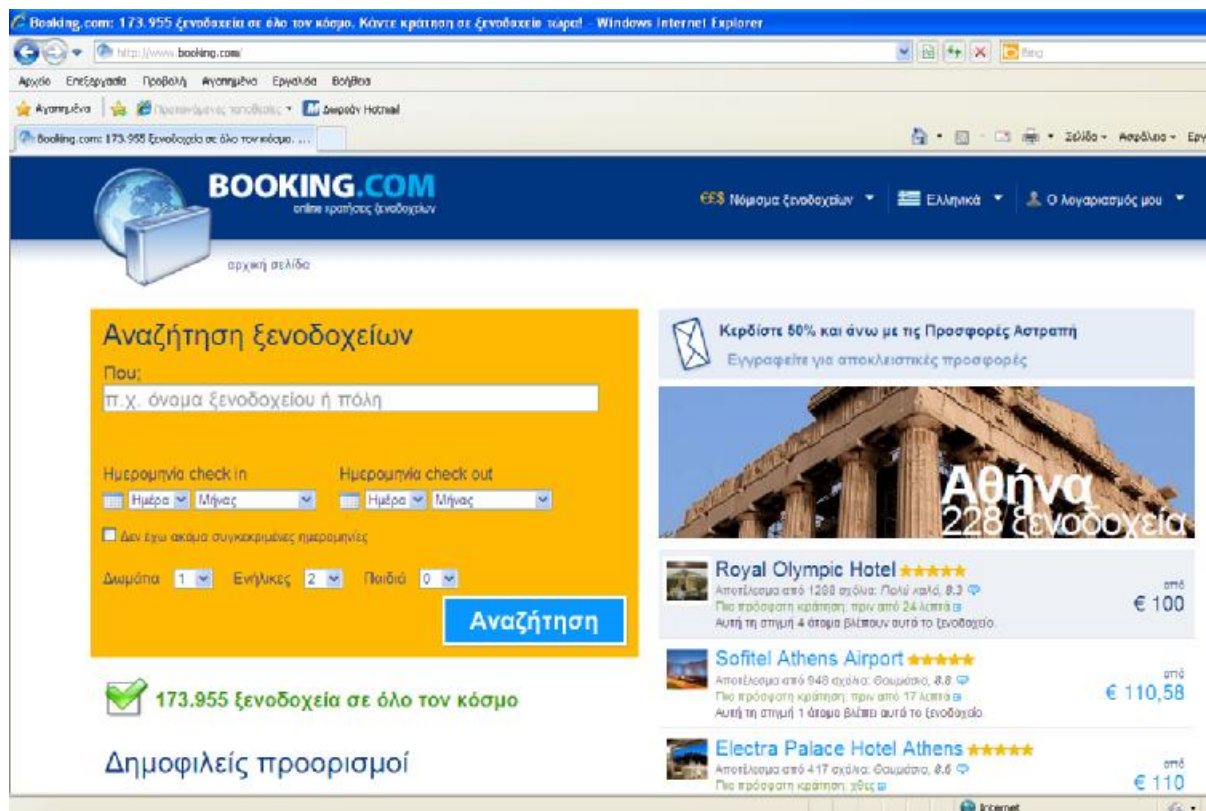
3.3. www.Booking.com (τελευταία ημερομηνία προσπέλασης 22/11/2011)

Η εταιρεία Booking.com εδρεύει στο κέντρο του Άμστερνταμ και είναι ο ηγέτης στην ευρωπαϊκή αγορά online κρατήσεων ξενοδοχείων.

Μέλος του ομίλου εταιρειών της Priceline.com, είναι η νούμερο 1 εταιρεία στο χώρο των online ξενοδοχειακών κρατήσεων, βάσει του αριθμού δωματίων που έχουν πουληθεί, προσελκύοντας κάθε μήνα μέσω του internet περίπου 20 εκατομμύρια ξεχωριστούς επισκέπτες από όλο τον κόσμο που ταξιδεύουν είτε για επαγγελματικούς λόγους είτε για αναψυχή.

Από το 1996, η Booking.com προσφέρει ανταγωνιστικές τιμές για όλους τους τύπους καταλυμάτων, από μικρές ανεξάρτητες μονάδες έως πολυτελή ξενοδοχεία 5 αστερών.

Ο ιστοχώρος είναι διαθέσιμος σε 21 γλώσσες και προσφέρει περίπου 57000 ξενοδοχεία σε 71 χώρες.

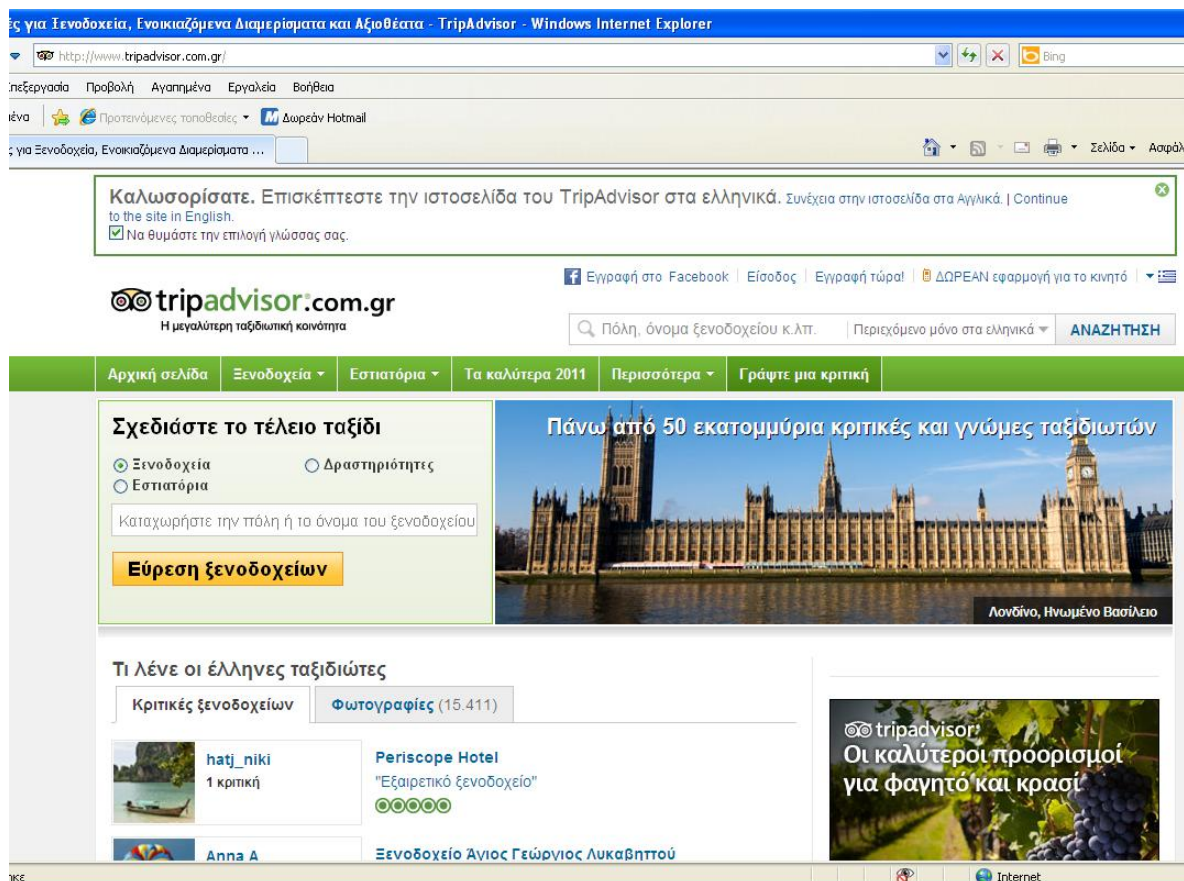


Εικόνα 3. Αρχική σελίδα www.booking.com

3.4. www.Tripadvisor.com (τελευταία ημερομηνία προσπέλασης 22/11/2011)

Το tripadvisor προσελκύει περίπου 32 εκατομμύρια επισκέπτες σε μηνιαία βάση ενώ σημαντικό στοιχείο που το διαφοροποιεί από τα άλλα sites παρεμφερούς περιεχομένου είναι το γεγονός ότι επιτρέπει στα εγγεγραμμένα μέλη του να εισάγουν στην πραγματικότητα τα προσωπικά τους σχόλια/εμπειρίες.

Μέχρι σήμερα καλύπτει 300.000 ξενοδοχεία και αποτελεί την μεγαλύτερη κοινότητα στον χώρο του ταξιδιού με 9 εκατομμύρια μέλη και 20 εκατομμύρια σχόλια και γνώμες.



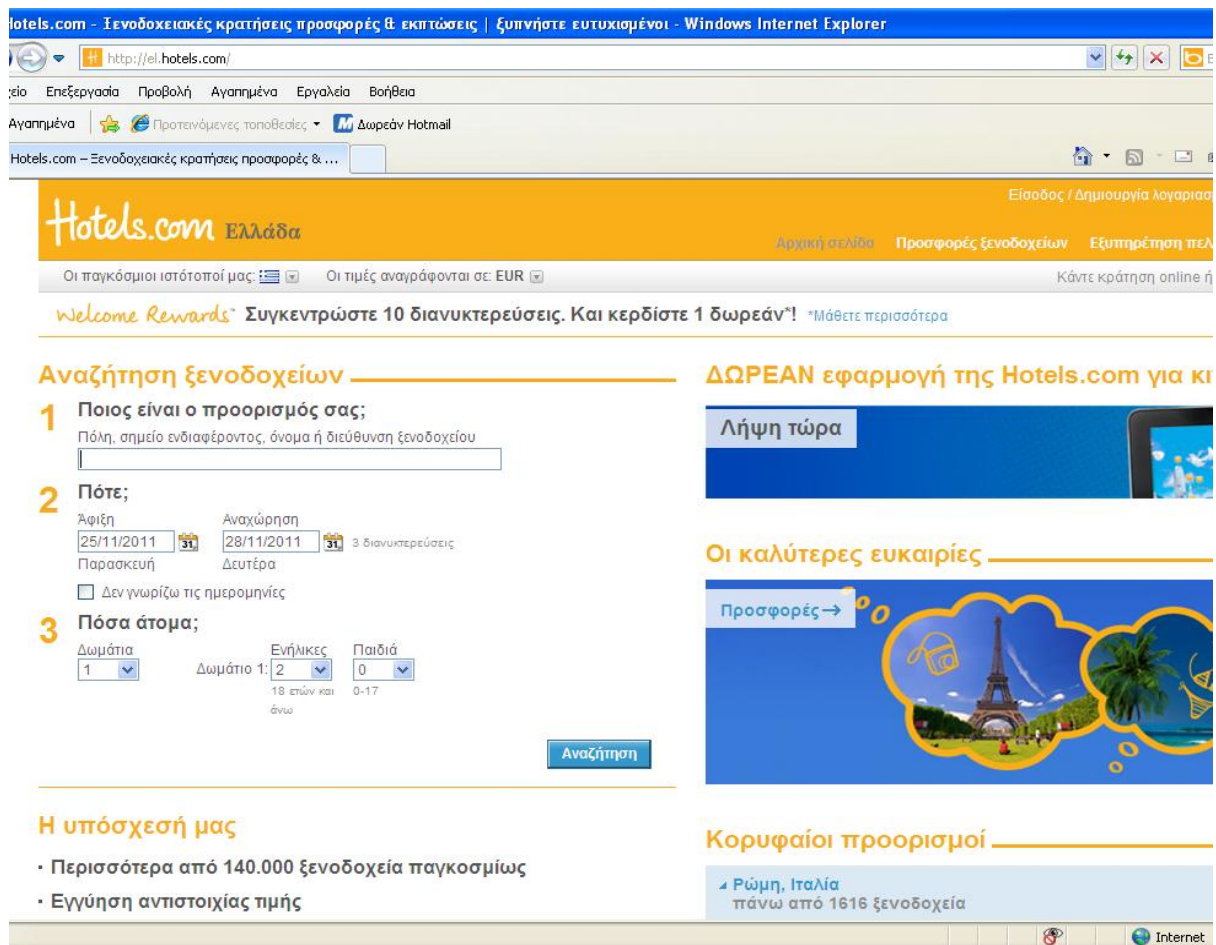
Εικόνα 4. Αρχική σελίδα www.tripadvisor.com

3.5. www.Hotels.com (τελευταία ημερομηνία προσπέλασης 22/11/2011)

Το Hotels.com τροφοδοτείται από την Expedia και είναι ο κορυφαίος πάροχος της παγκόσμιας διαμονής σε ξενοδοχείο, προσφέροντας υπηρεσίες κρατήσεων μέσω του δικού της δικτύου τοπικών ιστοσελίδων και τηλεφωνικών κέντρων.

Το Hotels.com παρέχει στους ταξιδιώτες μία από τις ευρύτερες επιλογές καταλυμάτων στο διαδίκτυο, συμπεριλαμβανομένων τόσο των ανεξάρτητων και μεγάλων ξενοδοχείων μιας αλυσίδας όσο και των αυτόνομων.

Η εταιρεία προσφέρει μια ασταμάτητη πηγή πληροφοριών για τις τιμές των ξενοδοχείων, τις ανέσεις και τη διαθεσιμότητα. Ειδικεύεται επίσης στο να παρέχει στους ταξιδιώτες διαμονή ακόμα και όταν μια περίοδος χαρακτηρίζεται ως sold out.



Εικόνα 5. Αρχική σελίδα www.hotels.com

3.6. www.Venere.com (τελευταία ημερομηνία προσπέλασης 22/11/2011)

Το Venere.com δεν είναι ταξιδιωτικό γραφείο, απλά δίνει στους χρήστες του διαδικτύου την δυνατότητα να «κλείσουν» τα καταλύματα τους άμεσα on-line. Ακόμη παρέχει στους χρήστες την ευκαιρία να ελέγξουν τα ξενοδοχεία, την διαθεσιμότητα, τις τιμές και έπειτα να στείλουν τα αιτήματα κρατήσεων τους στα ξενοδοχεία.

Όταν υποβάλλεται ένα αίτημα κράτησης, φθάνει άμεσα στο κατάλυμα, το οποίο ανταποκρίνεται άμεσα στο αίτημα κράτησης μέσω του Venere.com. Η υπηρεσία παρέχει ένα ασφαλές, αποτελεσματικό και απλό κανάλι επικοινωνίας μεταξύ των παροχών των ξενοδοχείων και των χρηστών. Αντίθετα με ένα ταξιδιωτικό γραφείο, μπορεί ο πελάτης να ψάξει, να συγκρίνει, να επιλέξει και τέλος να κρατήσει ο ίδιος το κατάλυμα της επιλογής του.



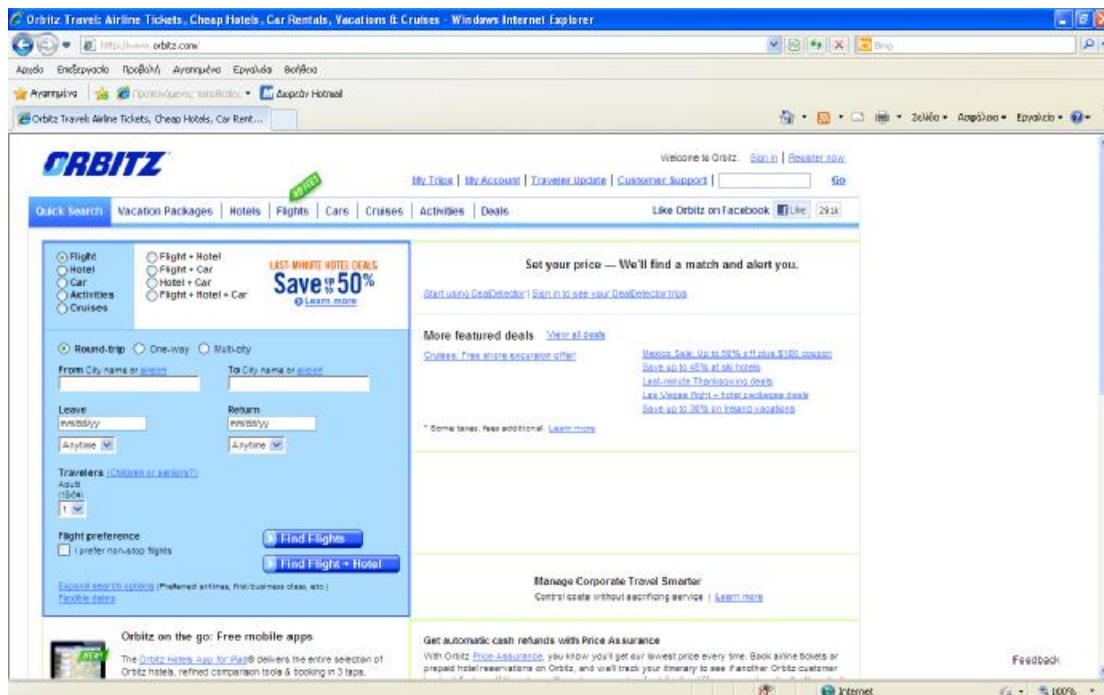
Εικόνα 6. Αρχική σελίδα www.venere.com

3.7. www.Orbitz.com (τελευταία ημερομηνία προσπέλασης 22/11/2011)

Η Orbitz Worldwide.inc, είναι μια εταιρεία ταξιδιού στο διαδίκτυο με έδρα την Citigroup Center στο Σικάγο του Ιλινόις. Μέσω της πρωτοβάθμιας ιστοσελίδας του Orbitz.com, το Orbitz Worldwide επιτρέπει στους ταξιδιώτες να ερευνούν, να σχεδιάζουν, και να κάνουν κρατήσεις μέσα από ένα ευρύ φάσμα ταξιδιωτικών προϊόντων, συμπεριλαμβάνοντας ενάμισι εκατομμύριο αναζητήσεις για πτήσεις και ένα εκατομμύριο αντίστοιχα για ξενοδοχεία, καθημερινά. Ο μεγαλύτερος επενδυτής της Orbitz Worldwide είναι η Travelport, ένα από τα μεγαλύτερα δίκτυα ταξιδιωτικών προϊόντων και προσφερόμενων υπηρεσιών.

Αρχικά ιδρύθηκε από μια συνεργασία μεγάλων αεροπορικών εταιρειών και στη συνέχεια ανήκε σε μια πλειάδα φορέων. Η Orbitz.com, η ναυαρχίδα της Orbitz Worldwide, έχει τεθεί σε λειτουργία από το 2001.

Άλλες ταξιδιωτικές εταιρίες που περιλαμβάνει η Orbitz Worldwide είναι: η CheapTickets και η Away Network στην Αμερική, η Ebookers στην Ευρώπη, το Hotelclub και το Ratestogo με έδρα την Ασία.



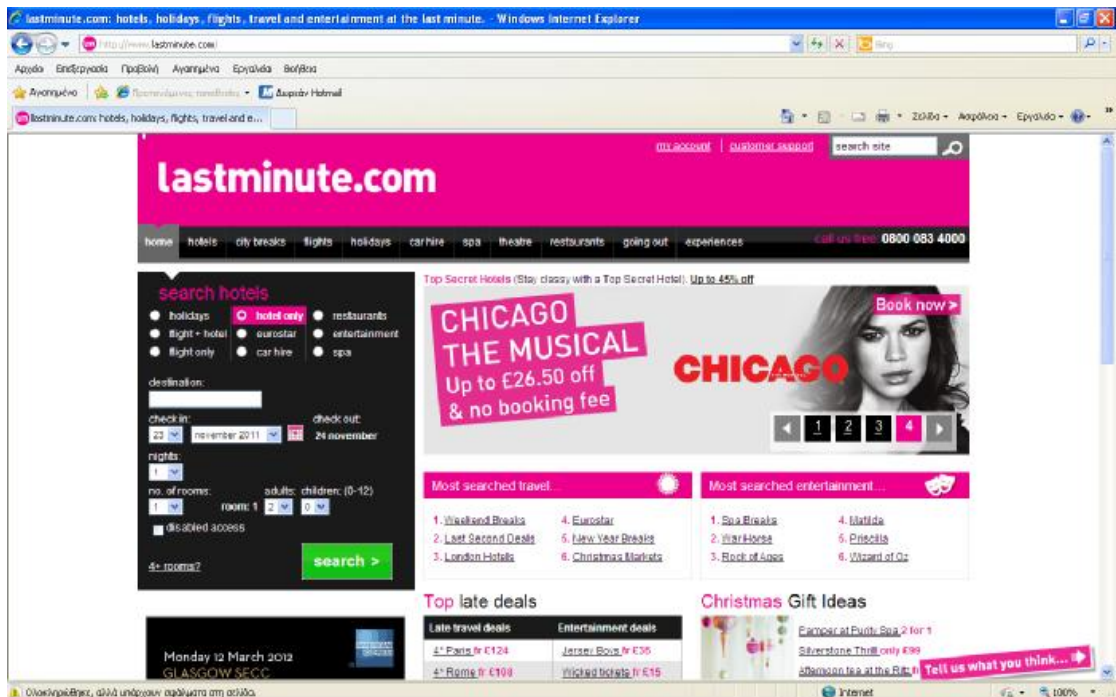
Εικόνα 7. Αρχική σελίδα www.orbitz.com

3.8. www.Lastminute.com (τελευταία ημερομηνία προσπέλασης 22/11/2011)

Το lastminute.com είναι ένας on-line λιανοπωλητής ταξιδιών και ψυχαγωγίας. Το lastminute.com ιδρύθηκε στο Λονδίνο από Martha Lane Fox και Brent Hoberman το 1998 για να προσφέρει ευκαιρίες διακοπών on-line. Τα ιδρυτικά μέλη ήταν συνεργάτες μέσω στρατηγικής ως σύμβουλοι στην εταιρία Spectrum. Μέχρι τον Ιανουάριο του 2000, το lastminute.com είχε περισσότερους από 500.000 τακτικούς χρήστες, και οι προσφορές του επεκταθήκαν ώστε να περιλαμβάνει τα ταξίδια, τα δώρα και την ψυχαγωγία. Η εταιρεία ειδικεύεται στην πώληση προβληματικών αποθεμάτων.

Στις αρχές του 2011, το lastminute.com ξεκίνησε μια πανευρωπαϊκή εκστρατεία μάρκετινγκ που ονομάζεται «Έναρξη Ιστοριών Εδώ» (Stories Start Here), για τη τοποθέτηση του εμπορικού σήματος, ως την απόλυτη on-line λιανική πώληση αναψυχής, ψυχαγωγίας και ταξιδιών. Πρόσφατα, η επικοινωνιακή στρατηγική της εταιρείας έχει επικεντρωθεί στην επιστροφή του «last minute» τις ρίζες του, προωθώντας στις εξοικονομήσεις των πελατών που μπορούν να επιτευχθούν κατά την κράτηση της τελευταίας στιγμής. Μια νέα εστίαση για «το Σαββατοκύριακο» έχει επίσης σημαντική εξέλιξη για την εταιρεία, η οποία δημιούργησε ένα ειδικό τμήμα της ιστοσελίδας, τον Αύγουστο του 2011, παρέχοντας το Σαββατοκύριακο συγκεκριμένες προσφορές.

Σε μια πρόσφατη ανακοίνωση, η εταιρεία ισχυρίζεται ότι πωλεί ένα πακέτο διακοπών κάθε 15 λεπτά, εισιτήριο στο θέατρο κάθε 26 δευτερόλεπτα και ένα πακέτο περιποίησης και ομορφιάς σε SPA κάθε 3 λεπτά.



Εικόνα 8. Αρχική σελίδα www.lastminute.com

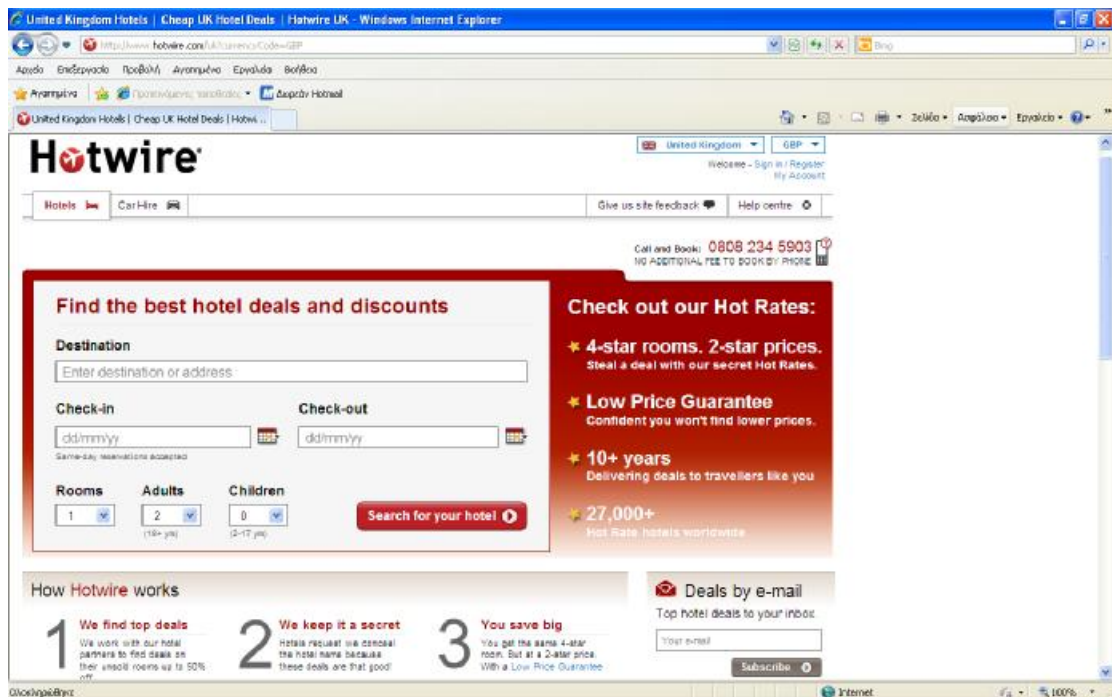
3.9. www.Hotwire.com (τελευταία ημερομηνία προσπέλασης 22/11/2011)

Το Hotwire είναι ένας ιστόχωρος έκπτωσης ταξιδιού που προσφέρει χαμηλές τιμές σε αεροπορικά εισιτήρια, ξενοδοχεία, ενοικιάσεις αυτοκινήτων και σε πακέτα διακοπών, με το να εκποιεί μη-πουλημένα ταξιδιωτικά αποθέματα σε μειωμένες τιμές. Τα κεντρικά γραφεία τους βρίσκονται στο Σαν Φρανσίσκο, είναι μια εταιρία της Expedia, το Expedia λειτουργεί επίσης και το Hotels.com, το ClassicVacations.com και το TripAdvisor.com.

Όταν τα δωμάτια των ξενοδοχείων, οι αεροπορικές θέσεις, ή τα ενοικιαζόμενα αυτοκίνητα μένουν απούλητα, οι ταξιδιωτικές εταιρείες που χρησιμοποιούν Hotwire προσπαθούν μέσω αυτού να τα καλύψουν. Το Hotwire δεν προσδιορίζει τις συμμετέχουσες εταιρείες, έως ότου ο αγοραστής πληρώσει κάποιο πακέτο, για να μην ανταγωνίζονται άμεσα με λιανικές πωλήσεις οι συνεργαζόμενες εταιρίες

Αυτό το πρότυπο των πωλήσεων είναι γνωστό ως «αδιαφανή» (opaque). Σύμφωνα με την ιστοσελίδα του Hotwire, ασχολούνται με επόνυμες ταξιδιωτικές εταιρείες αποκλειστικά. Έτσι στο Hotwire, οι εταίροι μπορούν να αποσαφηνίσουν και να πουλήσουν την προσφορά τους και τον κατάλογο, τα οποία θα κατέληγαν απούλητα. Το Hotwire αποκαλύπτει τις τιμές

και τις ημερομηνίες ταξιδιού όλων των πακέτων εκ των προτέρων και δεν πωλεί μέσω ενός μοντέλου "προσφοράς" ή "δημοπρασίας".



Εικόνα 9. Αρχική σελίδα www.Hotwire.com

3.10. www.cnnTraveller.com (τελευταία ημερομηνία προσπέλασης 22/11/2011)

Το Cnn Traveler διαφέρει από όλες τις άλλες ιστοσελίδες ταξιδιού, δεδομένου ότι στοχεύει σε μια εξειδικευμένη αγορά. Εγκαινίασε την πρώτη πολύ-πλατφόρμα εκστρατείας μάρκετινγκ για την προώθηση των πλεονεκτημάτων, του να μένει κάποιος ταξιδιώτης σε ένα ξενοδοχείο-συνεργατη του Cnn. Τα συνεργαζόμενα ξενοδοχεία του Cnn, αποτελούν μέρος ενός δικτύου, σχεδιασμένο αποκλειστικά, να καλύπτει τις ανάγκες των συχνών ταξιδιωτών. Το Cnn είναι το κανάλι με τη μεγαλύτερη τηλεθέαση σε ξενοδοχεία παγκοσμίως, και είναι διαθέσιμο σε 2.5 εκατομμύρια δωμάτια ξενοδοχείων σε παγκόσμιο επίπεδο επιτρέποντας στους ταξιδιώτες να μένουν ενημερωμένοι, καθώς ταξιδεύουν.

Υποστηρίζεται επίσης από μια διαφημιστική καμπάνια, που προωθεί τα οφέλη ενός πακέτου για το μάρκετινγκ του ξενοδοχείου, των ξενοδοχειακών συγκροτημάτων και των ξενοδόχων.



Εικόνα 10. Αρχική σελίδα www.cnnTraveller.com

Μερικά ακόμη IDS συστήματα είναι τα παρακάτω (πηγή : <http://www.internet-distribution-systems-specialist.com/?p=internet-distributions-systems>, τελευταία ημερομηνία προσπέλασης 22/11/2011) :

www.1800usahotels.com	www.aa.com	www.aboutanyhotel.com
www.activehotel.com	www.ahotelroom4u.com	www.aircanada.com
www.aircanada.com	www.alpharooms.com	www.americanexpress-travel.com
www.arteuз.com	www.asia-hotels.com	www.asiarooms.com
www.australia-hotelroomsplus.com	www.bancotel.com	www.bed.cz
www.besthotel.com	www.bhrc.co.uk	www.booking.com
www.centralr.com	www.cng-hotels.com	www.continental.com
www.cultuzz.com	www.directrooms.com	www.discountzechhotels.com
www.easyhotelfinder.de	www.ehotel.de	www.etn.co.uk
www.euro-hotels.com	www.eurotours.com	www.expedia.com
www.fastbooking.com	www.gayres.com	www.ghrshotels.com
www.ghotw.com	www.globalhotelindex.com	www.gta-travel.com
www.hirners.com	www.horse21.com	www.hotel2000.de
www.hotel.de	www.hoteladvice.com	www.hotelandtravelindex.com
www.hotelbeds.com	www.hotelbook.com	www.hotelclub.net
www.etn.co.uk	www.hotelconnect.com	www.hotelgolf.com
www.hotelguide.com	www.hotelhotline.com	www.hotellocators.com

www.hotelplusportal.com	www.hotelprovider.com	www.hotelrooms.com
www.hotels.com	www.hotelschart.com	www.hotelsbycity.com
www.hostelworld.com	www.hotwire.com	www.hrs.de
www.chalupyachaty.cz	www.charming-prague-hotels.com	www.cheapfares.com
www.cheaptickets.com	www.inthotels.com	www.interhotel.net
www.lastminute.com	www.latebreaks.com	www.laterooms.com
www.legres.com	www.leisureplanet.com	www.lodging.com
www.lowestfare.com	www.mbetravel.com	www.mobiltravelguide.com
www.motylek.com	www.mytravelguide.com	www.nethotels.com
www.nwa.com	www.octopus.com	www.onlinehotels.cz
www.orbitz.com	www.placestostay.com	www.priceline.com
www.ratestogo.com	www.resortsgreathotels.com	www.splendia.com
www.superbreak.com	www.tobook.com	www.transhotels.com
www.trav.com	www.travco.co.uk	www.travel.com
www.travelhero.com	www.travelnow.com	www.travelocity.com
www.traveltoday.com	www.travelweb.com	www.tripadvisor.com
www.tobook.com	www.tourico.com	www.turbotrip.com
www.twinroom.com	www.twinroom.com	www.united.com
www.venere.com	www.webresint.com	www.weekendcompany.nl
www.worldwidehotelink.com	www.worldchoicetravel.com	www.worldres.com

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

Η περίπτωση της OpenJaw Technologies. Προϊόντα και υπηρεσίες που προσφέρει στην τουριστική βιομηχανία

Η κράτηση θέσεων για την πραγματοποίηση ταξιδιών αλλά και η γενικότερη πώληση τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών μέσα από το διαδίκτυο, είναι σήμερα μία από τις πιο επιτυχημένες υλοποιήσεις του ηλεκτρονικού εμπορίου. Έτσι ο αριθμός των ταξιδιωτών που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο όχι μόνο για τον προγραμματισμό αλλά και για την κράτηση ενός ταξιδιού τους, αυξάνεται συνεχώς. Εκτός από τα παραδοσιακά τουριστικά προϊόντα, το ενδιαφέρον των καταναλωτών στρέφεται και προς την κράτηση εισιτηρίων για πολιτιστικές εκδηλώσεις, για πάρκα αναψυχής και για αθλητικές δραστηριότητες.

Σε αυτό συμβάλει η ολοένα και αυξανόμενη χρήση του διαδικτύου ανά τον κόσμο, αλλά και η πολιτική των διαφόρων εταιρειών της τουριστικής βιομηχανίας οι οποίες ενθαρρύνουν τους πελάτες τους να πραγματοποιούν τις κρατήσεις τους από το διαδίκτυο είτε άμεσα είτε μέσω ηλεκτρονικών χονδρεμπόρων. Ακόμα, οι μικρές τοπικές επιχειρήσεις χρησιμοποιούν το διαδίκτυο σαν ένα σημαντικό εργαλείο με το οποίο τους δίνεται η ευκαιρία στις για απευθείας επαφή με τους πελάτες τους και για πώληση των προϊόντων τους στην παγκόσμια αγορά.

Οι ηλεκτρονικές τουριστικές υπηρεσίες επιτρέπουν στις τουριστικές επιχειρήσεις να αυξήσουν τα έσοδά τους, καθώς μπορούν να πουλήσουν χώρο που σε διαφορετική περίπτωση θα έμενε κενός ενώ μέσω των απευθείας πωλήσεων εξοικονομούν τις προμήθειες των μεσαζόντων. Αλλά και οι ταξιδιώτες έχουν μεγάλα οφέλη μιας και οι πληροφορίες παρέχονται δωρεάν, είναι πάρα πολλές και είναι προσπελάσιμες ανά πάσα στιγμή από οποιαδήποτε τοποθεσία και επιπλέον μπορούν να κερδίσουν σημαντικές εκπτώσεις στο προϊόν που αναζητούν.

Ωστόσο υπάρχουν και κάποιοι περιορισμοί στη χρήση του διαδικτύου για την προσφορά ταξιδιωτικών υπηρεσιών διότι υπάρχει μία μερίδα των καταναλωτών οι οποίοι είτε δε χρησιμοποιούν στο διαδίκτυο, είτε αντιμετωπίζουν δυσκολίες στη χρήση των συγκεκριμένων διαδικτυακών τόπων. Επίσης τα μεγάλα ταξίδια με πολλούς ενδιάμεσους προορισμούς μπορεί να μην είναι διαθέσιμα στο διαδίκτυο και να χρειάζεται η βοήθεια ενός ατόμου που έχει τις ειδικές γνώσεις για να κάνει τις απαραίτητες διευθετήσεις. (Turban et al. , 2008)

4.1 Η OpenJaw Technologies

Εκμεταλλεζόμενη τη συνεχή επέκταση της τουριστικής αγοράς στο διαδίκτυο, η OpenJaw Technologies Ltd. είναι μία εταιρεία η οποία ασχολείται με το σχεδιασμό και την ανάπτυξη λογισμικών τα οποία χρησιμοποιούνται από τις επιχειρήσεις του τουριστικού κλάδου για τη διανομή και πώληση των τουριστικών τους προϊόντων και υπηρεσιών μέσω του διαδικτύου. Σύμφωνα με την ιστοσελίδα της, η εταιρεία ιδρύθηκε το 2002 με έδρα το Δουβλίνο της Ιρλανδίας απ' όπου διανέμει τα προϊόντα της στους πελάτες της σε όλο το κόσμο. Διαθέτει, επίσης, περιφερειακά γραφεία στο Γκάλγουει, στη Μαδρίτη, στη Φρανκφούρτη και στο Ντάλας και αντιπροσωπεία στη Μόσχα. Η εταιρεία θεμελιώθηκε από μία ομάδα ειδικών με μεγάλη κατάρτιση και εμπειρία πάνω στην ταξιδιωτική βιομηχανία και στις τεχνολογίες που σχετίζονται με αυτήν. Επίσης διαθέτει μία μεγάλη ομάδα προγραμματιστών, οι οποίοι δουλεύουν με τις κυρίαρχες ταξιδιωτικές εταιρείες παρέχοντάς τους τις κατάλληλες λύσεις για την επέκταση του ηλεκτρονικού τους εμπορίου.

Το ταξιδιωτικά λογισμικά της OpenJaw Technologies βασίζονται στο πρότυπο XML (eXtensible Markup Language – Επεκτάσιμη Γλώσσα Σήμανσης) που είναι μία μεταγλώσσα που επιτρέπει τη δημιουργία εγγράφων τα οποία είναι αναγνώσιμα από ανθρώπους και υπολογιστές. Ουσιαστικά, πρόκειται για ένα σύνολο κανόνων για το σχεδιασμό μορφών κειμένου που διευκολύνουν τη δόμηση των δεδομένων. Βάσει αυτού η εταιρεία είναι μέλος και έχει ενεργή συμμετοχή στους φορείς:

- Open Travel™ Alliance (OTA) – Πρόκειται για έναν αυτοχρηματοδοτούμενο μη κερδοσκοπικό οργανισμό που αποτελείται από τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις και οργανισμούς στον χώρο της τουριστικής βιομηχανίας, και αναπτύσσει προδιαγραφές διαλειτουργικότητας για τον τουριστικό τομέα. Συσσωρεύοντας σημαντικό όγκο γνώσης των αναγκών και απαιτήσεων της συγκεκριμένης αγοράς, θέτει τις βάσεις ώστε να καθιερωθεί ως ένα καθολικά αποδεκτό πρότυπο διαλειτουργικότητας στην περιοχή του τουρισμού.
- CASMA (Computerized Airline Sales and Marketing Association) –Είναι ένα φόρουμ ανοιχτής ανταλλαγής απόψεων πάνω στα πολύπλοκα ζητήματα της διανομής του τουριστικού προϊόντος μεταξύ αεροπορικών εταιρειών, εμπειρογνομόνων και άλλων σχετικών οργανώσεων.
- TTI (Travel Technology Initiative) – Προωθεί την ανάπτυξη και χρήση της τεχνολογίας και των επιχειρηματικών διαδικασιών συμπεριλαμβανομένων των

ανοικτών προτύπων στα ταξίδια, τον τουρισμό και την αναψυχή. Επίσης επιδιώκει να βοηθήσει τους ανταγωνιστικούς οργανισμούς να συνεργαστούν στα πλαίσια ενός κοινού σκοπού.

- HTNG (Hotel Technology Next Generation) – Πρόκειται για μια παγκόσμια εμπορική ένωση που προωθεί, μέσω της συνεργασίας μεταξύ των ξενοδόχων και των παρόχων τεχνολογίας, την ανάπτυξη προϊόντων νέας γενιάς.

Η OpenJaw Technologies είναι ένας από τους κορυφαίους παρόχους τεχνολογίας αιχμής στην ταξιδιωτική βιομηχανία, προσφέροντας προϊόντα και λύσεις νέας γενιάς βασισμένα στα πρότυπα XML και Web Services, που ανήκουν στις πολλά υποσχόμενες νέες τεχνολογίες καθώς πρόκειται για ανοιχτά πρότυπα που μπορούν να χρησιμοποιηθούν ανεξαρτήτως πλατφόρμας υλικού και λογισμικού.

Τα παραγόμενα από την εταιρεία προϊόντα, δίνουν τη δυνατότητα σε αεροπορικές εταιρείες, on-line ταξιδιωτικά γραφεία, ξενοδοχειακούς ομίλους και προγράμματα επιβράβευσης πελατών να προωθούν, να διανέμουν και να πουλούν τα προϊόντα τους με ένα διαφοροποιημένο τρόπο απευθείας μέσω του διαδικτύου. Μέχρι στιγμής πάνω από 40 κορυφαίες εταιρείες που ασχολούνται με τον τουρισμό παγκοσμίως έχουν επιλέξει τα προϊόντα της. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι οι πληροφορίες για τη συγγραφή της παρούσας ενότητας αντλήθηκαν από την επίσημη ιστοσελίδα της εταιρείας <http://www.openjawtech.com>.

4.2 Προϊόντα και υπηρεσίες της OpenJaw Technologies

Η συστηματική χρησιμοποίηση και η γενικότερη αξιοποίηση των τεχνολογιών της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών, ανέκαθεν χαρακτήριζε τον τουριστικό κλάδο. Οι πολύπλοκες τυποποιημένες και εντάσεως εργασίας διαδικασίες απαιτούν τη χρήση των τεχνολογιών αυτών στις εσωτερικές διαδικασίες των διαφόρων επιμέρους επιχειρήσεων του κλάδου. Επιπλέον η συνθετότητα της δομής του κλάδου αυτού εξαιτίας του μεγάλου αριθμού των επιχειρήσεων, των διαφόρων κατηγοριών και μεγεθών, της υψηλής γεωγραφικής διασποράς και της μεγάλης απόστασης από τον τελικό καταναλωτή κατέστησε αναγκαία τη δικτυακή διασύνδεση των τουριστικών επιχειρήσεων και την ηλεκτρονική διανομή του τουριστικού προϊόντος.

Η Openjaw Technologies δημιουργεί εξειδικευμένα προϊόντα για την κάλυψη των αναγκών της τουριστικής βιομηχανίας. Στόχος της εταιρείας είναι η παραγωγή προϊόντων στα οποία η σύγχρονη ταξιδιωτική τεχνολογία ευθυγραμμίζεται με τις απαιτήσεις των επιχειρήσεων του σήμερα.

Μέσω των λογισμικών της, επιτρέπει σε ορισμένες από τις κορυφαίες ταξιδιωτικές εταιρείες στον κόσμο να προωθούν, να διανέμουν και να πουλούν διαδικτυακά τις ταξιδιωτικές τους προσφορές χρησιμοποιώντας έναν ιδιαίτερο, διαφοροποιημένο τρόπο. Σχεδιασμένα και δομημένα από το πρώτο στάδιο από εμπειρογνώμονες της ταξιδιωτικής τεχνολογίας και βασισμένα στο πρότυπο XML, τα λογισμικά της εταιρείας προσφέρουν μια ευέλικτη, επεκτάσιμη και ισχυρή πρόταση που ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις της σημερινής βιομηχανίας ταξιδίων.

Το χαρτοφυλάκιο προϊόντων της εταιρείας περιέχει:

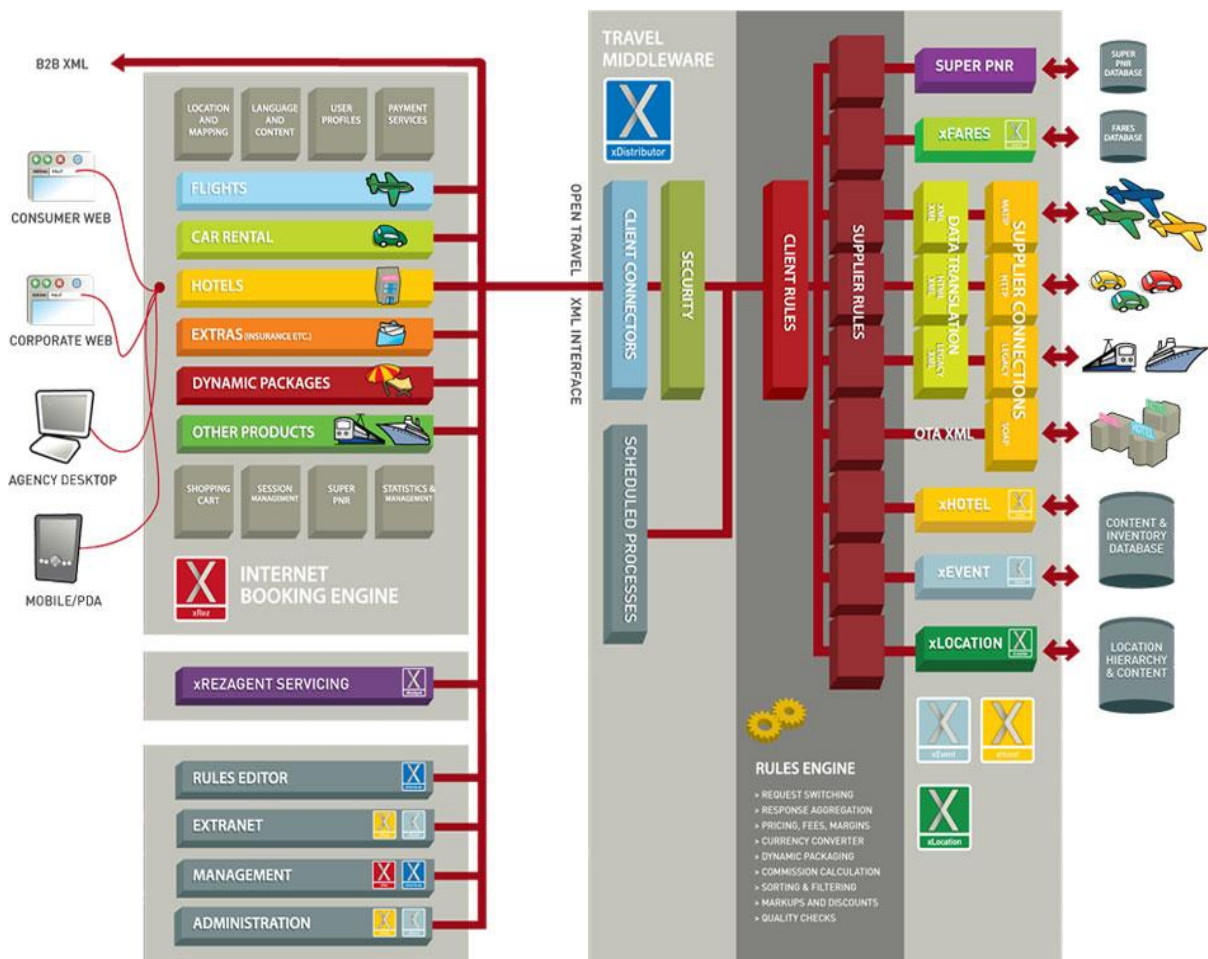
- Πλατφόρμες ενσωμάτωσης (Integration Platforms) μέσω των οποίων ενοποιούνται διάφορες εφαρμογές και υπηρεσίες
- Υπηρεσίες τηλεφωνικού κέντρου (Call Centre Servicing)
- Μηχανές εκτέλεσης επιχειρηματικών κανόνων (Business Rules Engines)
- Δυναμικά πακέτα (Dynamic packaging)
- Διαδικτυακές μηχανές κρατήσεων (Internet Booking Engines)
- Συστήματα διαχείρισης περιεχομένου και απογραφής αποθεμάτων (Content & Inventory Management Systems)
- Συστήματα διαχείρισης και ιεράρχησης των δεδομένων τοποθεσίας (Location Data & Hierarchy Management Systems)

Η OpenJaw Technologies είναι η δημιουργός της πλατφόρμας xDistributor, που αποτελεί πλέον μία από τις πιο ισχυρές πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου στην ταξιδιωτική βιομηχανία. Η πλατφόρμα xDistributor επιτρέπει την ενσωμάτωση των ταξιδιωτικών προμηθευτών, τη διοίκηση των καναλιών διανομής και την παροχή δυναμικών πακέτων διακοπών τα οποία ελέγχονται από την πλήρως ενσωματωμένη μηχανή εκτέλεσης επιχειρηματικών κανόνων.

Οι εφαρμογές οι οποίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν μέσω της πλατφόρμας xDistributor περιλαμβάνουν τα:

- xRez – Διαδικτυακή μηχανή κρατήσεων που μπορεί εύκολα να προσαρμοστεί ώστε να καλύψει τις εξατομικευμένες ανάγκες του κάθε πελάτη.

- xRezAgent – Πρόκειται για μία πλατφόρμα για την υποστήριξη των πωλήσεων και την εξυπηρέτηση των πελατών που απευθύνεται σε εταιρείες τηλεφωνικών κέντρων.
- xHotel – Σύστημα για τη διαχείριση του περιεχομένου, την απογραφή των αποθεμάτων, τη διαχείριση του δικτύου διανομής προϊόντων και τη χαρτογράφηση των ξενοδοχείων.
- xEvent – Σύστημα για τη διαχείριση περιεχομένου και καταγραφή των εμπορευμάτων για εισιτήρια εκδηλώσεων, τουριστικών αξιοθέατων και δραστηριοτήτων που γίνονται σε συγκεκριμένους προορισμούς.
- xLocation - Σύστημα για την παροχή δεδομένων τοποθεσίας, τη διαχείριση και την ιεράρχησή τους.



Εικόνα 11. Γραφική αναπαράσταση των προϊόντων της εταιρείας

Πηγή: <http://www.openjawtech.com/products>

Παρακάτω ακολουθεί αναλυτική παρουσίαση του πακέτου προϊόντων της εταιρείας:



4.2.1 X Distributor

Η πλατφόρμα ταξιδιωτικής διανομής της Openjaw Technologies, εξυπηρετεί πολλές από τις κορυφαίες ταξιδιωτικές εταιρείες στον κόσμο. Συνδυάζει μία εκλεπτυσμένη πλατφόρμα μεταγωγής και συνάθροισης, βασισμένη στο πρότυπο XML, με μία ισχυρή μηχανή εκτέλεσης επιχειρηματικών κανόνων. Ο συνδυασμός τους επιτρέπει στις εταιρείες ταξιδίων τη διαχείριση τη σύνδεσή τους με τον προμηθευτή και τα δίκτυα διανομής τους αλλά και την παροχή δυναμικών πακέτων με ασυναγώνιστη ευελιξία και έλεγχο. Το xDistributor έχει μεγάλη επεκτασιμότητα και μπορεί και παρέχει ιδιαίτερη ευελιξία στο χρήστη του.

Το xDistributor επιτρέπει στις εταιρείες που το χρησιμοποιούν:

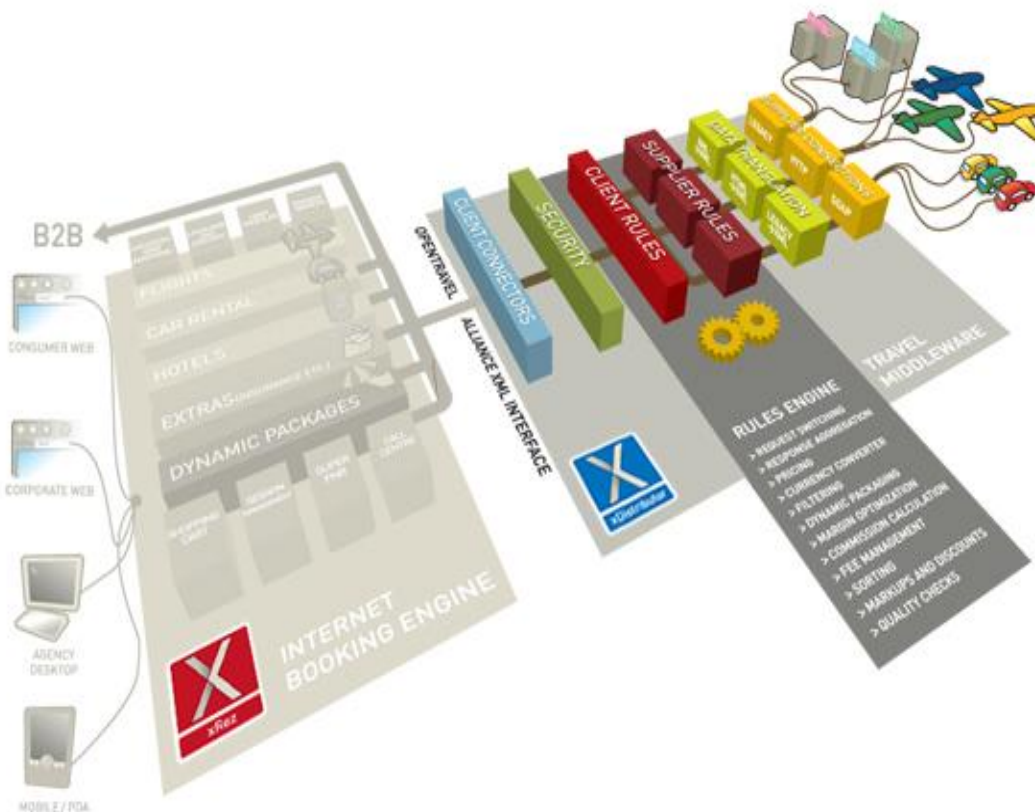
- Τη διαχείριση των συνδέσεών τους με τους προμηθευτές τους και τα κανάλια διανομής.
- Ταυτόχρονη αναζήτηση μεταξύ πολλαπλών προμηθευτών και παροχή μιας ενιαίας ολοκληρωμένης απάντησης.
- Τη διαχείριση πολύπλοκων ροών διαδικασιών όπως είναι η αναζήτηση και η τιμολόγηση των δυναμικών πακέτων.
- Την αλλαγή και την ανάπτυξη επιχειρηματικών κανόνων γρήγορα και εύκολα μέσω της χρήσης της ενσωματωμένης μηχανής εκτέλεσης επιχειρηματικών κανόνων.
- Τη διαχείριση των συναλλαγών που επιτρέπουν την ασφαλή κράτηση του αποθέματος που τηρείται σε πολλαπλούς προμηθευτές.

Το xDistributor βοηθά στη διαχείριση των καναλιών διανομής από τον χρήστη, επιτρέποντάς του να ελέγχει ποιες πληροφορίες θα είναι διαθέσιμες σε κάθε κανάλι καθώς και τον τρόπο που αυτές παρουσιάζονται. Τέτοιου είδους πληροφορίες είναι η τιμολόγηση, οι προσαυξήσεις και οι εκπτώσεις, η συνδεσιμότητα με τον προμηθευτή και ο έλεγχος πρόσβασης των πελατών.

Η πλατφόρμα περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα από πρωτόκολλα προσαρμογής επιτρέποντας τη σύνδεση με τους προμηθευτές διαμέσου των SOAP, HTTP, JDBC, SMTP, FTP, Web Scraping ή C++/Java APL. Το xDistributor ομαλοποιεί τη διασύνδεση του προμηθευτή, τόσο σε επίπεδο δεδομένων όσο και σε επίπεδο ροής διαδικασιών. Οι διεργασίες του προμηθευτή που απαιτούν πολλαπλά βήματα, όπως η κατάρτιση χρονοδιαγράμματος, η διαθεσιμότητα και η τιμολόγηση μπορούν να παρουσιαστούν σαν μία ενιαία ενέργεια. Επίσης

πολλαπλές αντιδράσεις του προμηθευτή μέσα από κατάλληλο φιλτράρισμα και ταξινόμηση συγχωνεύονται σε μία ενιαία αντίδραση του πελάτη.

Επιπλέον το xDistributor μέσα από τις λειτουργίες του δίνει τη δυνατότητα για την προσθήκη ενός ευρέως φάσματος προμηθευτών πτήσεων, ενοικιάσεως αυτοκινήτων, ξενοδοχείων και εξτρά παροχών αλλά και παρόχων υπηρεσιών πληρωμών.



Εικόνα 12. Γραφική αναπαράσταση της λειτουργίας του xDistributor

Πηγή: <http://www.openjawtech.com/products/xdistributor>

Η πλατφόρμα παρέχει, επίσης, υποστηρικτικές λειτουργίες γραφείου πραγματοποιώντας την επεξεργασία όλων των παραπάνω κρατήσεων και των οικονομικών τους στοιχείων, καθώς επίσης και των αντίστοιχων εισπράξεων από τους διάφορους πελάτες, των αντίστοιχων πληρωμών στους διάφορους προμηθευτές τουριστικών προϊόντων και την ηλεκτρονική τήρηση των λογιστικών βιβλίων. Επίσης παράγει μία σειρά συγκεντρωτικών στοιχείων (π.χ. συνολικές πωλήσεις και κέρδη ανά πελάτη, ανά προορισμό, ανά προϊόν, ανά προμηθευτή, κ.λπ.), με στόχο την υποβοήθηση και υποστήριξη της διοίκησης της επιχείρησης

με κατάλληλες συγκεντρωτικές πληροφορίες για τη διαμόρφωση των βασικών κατευθύνσεων και επιλογών, για τη λήψη αποφάσεων, τη διαπραγμάτευση βάσει στοιχείων με τους διάφορους προμηθευτές τουριστικών προϊόντων, κ.ά.

Ο επεξεργαστής επιχειρηματικών κανόνων του xDistributor είναι εύκολος στη χρήση επιτρέποντας σε μη καταρτισμένους τεχνικά χρήστες να προσθέτουν και να αφαιρούν προωθητικές ενέργειες, ώστε να μπορούν να αντιδρούν γρήγορα στις συνθήκες της αγοράς. Οι επιχειρηματικοί κανόνες ορίζονται μέσα από έναν απλό επεξεργαστή που μπορεί εύκολα να χρησιμοποιηθεί για τον έλεγχο των τιμών, της ροής διαδικασιών, της παρουσίασης και της διαχείρισης των προμηθευτών.

Διαθέτει τρεις διεπαφές επιχειρηματικών κανόνων οι οποίες καλύπτουν διαφορετικές κατηγορίες χρηστών όπως τους επιχειρηματικούς χρήστες, τους διαχειριστές και τους τεχνικούς χρήστες. Οι επιχειρηματικοί κανόνες καταρτίζονται σε κώδικα Java εξασφαλίζοντας έτσι την αποτελεσματική τους εκτέλεση.

Μέσω του xDistributor δίνεται η δυνατότητα σε επιλεγμένους προμηθευτές να κάνουν αναζητήσεις διαφόρων τύπων αλλά και να μειώσουν το κόστος των συχνών αναζητήσεων. Για παράδειγμα, ένα GDS μπορεί να χρησιμοποιηθεί για αναζητήσεις πτήσεων ανάμεσα σε ένα πλήθος δρομολογίων, ενώ ένα άλλο μπορεί να χρησιμοποιηθεί μόνο για την εύρεση των τελευταίων διαθέσιμων θέσεων σε συγκεκριμένα δρομολόγια.

Η ροή διαδικασιών μπορεί να ρυθμιστεί ώστε να επιτρέπει την ασφαλή κράτηση του αποθέματος που τηρείται σε πολλούς προμηθευτές αλλά και τη δέσμευση ή την κατάργηση των σύνθετων συναλλαγών όπως είναι οι κρατήσεις που συνδυάζουν πτήση, ξενοδοχείο, ενοικίαση αυτοκινήτου και άλλες παροχές, οι υποστηρικτικές υπηρεσίες γραφείου, η επιβεβαίωση των e-mail και άλλες συναλλαγές.

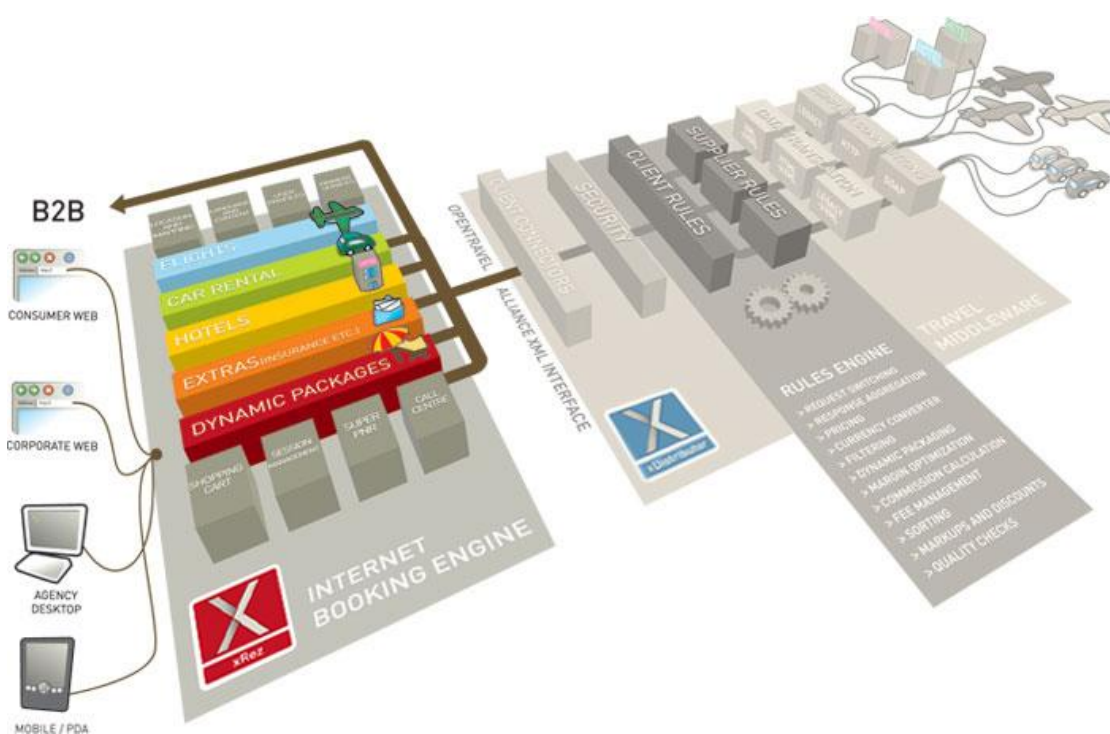
Η κονσόλα διαχείρισης xDistributor είναι ιδιαίτερα ασφαλής καθώς παρέχει περιορισμένη και αυστηρά ελεγχόμενη πρόσβαση στη διαμόρφωση των επιχειρηματικών κανόνων και στη διαδικασία της τιμολόγησης. Αυτό επιτρέπει την εμφάνιση ορισμένων συνόλων επιχειρηματικών κανόνων μόνο σε περιορισμένες ομάδες χρηστών του εσωτερικού και εξωτερικού δικτύου της εταιρείας.

4.2.2 xRez



Πρόκειται για μια πλήρως ενοποιημένη διαδικτυακή μηχανή κρατήσεων για πτήσεις, διαμονή, ενοικίαση αυτοκινήτου και εκδηλώσεις και δραστηριότητες που γίνονται στον τόπο προορισμού. Παρέχει μία ειδικευμένη τεχνολογία ηλεκτρονικού εμπορίου που μπορεί να ελεγχθεί από το χρήστη.

Σύμφωνα με την ιστοσελίδα της εταιρείας, η διαδικτυακή μηχανή κρατήσεων της Openjaw Technologies έφερε το μέλλον της τεχνολογίας στο ταξιδιωτικό ηλεκτρονικό εμπόριο. Ο συνδυασμός των προηγμένων πελατοκεντρικών δυνατοτήτων και η ασυναγώνιστη ευελιξία που παρέχει η πλατφόρμα, οδηγεί στην ανάπτυξη της επιχείρησης και στη γρήγορη προσαρμογή στις μεταβαλλόμενες απαιτήσεις της αγοράς.



Εικόνα 13. Γραφική αναπαράσταση της λειτουργίας του xRez

Πηγή: <http://www.openjawtech.com/products/xrez>

Προσφέρει μία πλήρως ευέλικτη σχεδίαση των διεπαφών του χρήστη (User Interface Design - UID) δηλαδή του τρόπου επικοινωνίας του χρήστη με το λογισμικό. Με το xRez η όψη και η αίσθησή του είναι πλήρως διαχωρισμένα από την επιχειρηματική λογική επιτρέποντας στους σχεδιαστές του πελάτη τον πλήρη έλεγχο του σχεδιασμού.

Το xRez όταν συνδυάζεται με το xDistributor, υποστηρίζει την ταυτόχρονη αναζήτηση μεταξύ πολλαπλών προμηθευτών. Χρησιμοποιώντας τη μηχανή εκτέλεσης επιχειρηματικών κανόνων του xDistributor, ο χρήστης μπορεί να αποφασίσει ποιοι προμηθευτές θα λαμβάνουν ποια αιτήματα καθώς και να εφαρμόσει τους δικούς του επιχειρηματικούς κανόνες για να ελέγξει τον τρόπο εμφάνισης των απαντήσεων.

Ακόμα επιτρέπει την αποθήκευση και την ανάκτηση των σύνθετων δεδομένων που περιέχουν τα συστατικά στοιχεία ταξιδιών που έχουν κρατηθεί μέσω πολλαπλών προμηθευτών. Αποθηκευμένα δεδομένα μπορούν να ανακτηθούν σε μεταγενέστερη ημερομηνία και να προστεθούν επιπλέον συστατικά στοιχεία του ταξιδιού.

Επίσης υποστηρίζει ενοποιημένες υπηρεσίες χαρτογράφησης για την αναζήτηση όχι μόνο στο ζητούμενο προορισμό αλλά και σε γειτονικές περιοχές, ενώ επιτρέπει ακόμα και αναζητήσεις από πολλαπλές αφετηρίες σε πολλαπλούς προορισμούς.

Το xRez στηρίζεται στις προδιαγραφές XML που έχουν τεθεί από την ταξιδιωτική βιομηχανία και αναπτύχθηκαν από την Open Travel™ Alliance για αναζητήσεις πτήσεων, ξενοδοχείων και αυτοκινήτων. Επίσης μπορεί να υποστηρίξει και άλλες μορφές XML αν αυτό ζητηθεί από τον πελάτη.

Καθώς αποτελεί μέρος του ολοκληρωμένου πακέτου προϊόντων XML της Openjaw Technologies για τη διανομή των τουριστικών υπηρεσιών, αξιοποιεί πλήρως τις δυνατότητες των νεότερων Java, XML και Web Services τεχνολογιών. Η αρχιτεκτονική του ταξιδιωτικού λογισμικού xRez είναι εξαιρετικά επεκτάσιμη και ανθεκτική σε προβλήματα και μπορεί να αναπτυχθεί σε περιβάλλον Windows, Linux, Unix ή Solaris.

4.2.3 xRezAgent



Πρόκειται για μια πλατφόρμα ηλεκτρονικών πωλήσεων και εξυπηρέτησης πελατών για τηλεφωνικά κέντρα. Το xRezAgent είναι ένα δυναμικό πακέτο εργαλείων πώλησης και εξυπηρέτησης, που απευθύνεται στους ειδικούς της τουριστικής βιομηχανίας και στους επαγγελματικούς χρήστες συμπεριλαμβανομένων των πρακτόρων τηλεφωνικών κέντρων, ταξιδιωτικών συμβούλων, των ταξιδιωτικών πρακτόρων και των εργαζομένων σε αεροπορικές εταιρείες.

Στόχος της συγκεκριμένης πλατφόρμας, είναι να δώσει τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις όχι μόνο να αυξήσουν τις πωλήσεις τους, αλλά και να δημιουργήσουν ένα

εναλλακτικό κανάλι πωλήσεων και προώθησης των προϊόντων τους συμπληρωματικά στα παραδοσιακά κανάλια διάθεσης και πώλησης

Η διεπαφή του χρήστη είναι σχεδιασμένη με τέτοιο τρόπο ώστε να υποστηρίζει τις κρατήσεις, είτε πρόκειται για πακέτα είτε για μεμονωμένες, από τη στιγμή της πώλησης έως και τις μετέπειτα τροποποιήσεις όπως την ακύρωση, τη μεταβολή, την εξυπηρέτηση μετά το ταξίδι και τη λογιστική διαχείριση.

Τα βασικά χαρακτηριστικά του xRezAgent είναι:

- Υποστηρίζει τηλεφωνικά κέντρα που ασχολούνται με τις πωλήσεις.
- Υποστηρίζει τηλεφωνικά κέντρα που είναι υπεύθυνα για την εξυπηρέτηση των πελατών.
- Μπορεί να χρησιμοποιηθεί από εταιρείες που ασχολούνται με όλους τους τύπους μεταφορών αλλά και από επιχειρήσεις όπως τα ξενοδοχεία, οι ενοικιάσεις αυτοκινήτων κ.α.
- Επιτρέπει την εύκολη αλλαγή ημερομηνιών, ονόματος και λοιπών στοιχείων της λίστας των επιβατών.
- Διατηρεί πλήρες ιστορικό όλων των αλλαγών που έχουν γίνει.
- Διευκολύνει την αναζήτηση και την ταξινόμηση των πληροφοριών στις λίστες αναμονής.
- Προσφέρει την απαραίτητη πληροφόρηση στον πωλητή, ώστε να μπορέσει να πραγματοποιήσει πωλήσεις με την τεχνική cross & up selling, δηλαδή είτε να πουλήσει επιπλέον προϊόντα σε ήδη υπάρχοντες πελάτες είτε να τον οδηγήσει στην αγορά ακριβότερων προϊόντων ή στην αναβάθμιση αυτών που διαθέτει. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω της παρακολούθησης από το σύστημα των προηγούμενων αγορών των πελατών και των ποσών που ξοδεύτηκαν σε αυτές.
- Διαχειρίζεται τα τυχόν προβλήματα που μπορούν να προκύψουν.
- Ο χρήστης του, μπορεί να προσαρμόσει ανάλογα με τις ανάγκες του το επίπεδο εξουσιοδότησης που θα δώσει σε κάθε εργαζόμενο που χρησιμοποιεί το σύστημα.
- Δίνει τη δυνατότητα σύνθετης αναζήτησης για οποιοδήποτε προϊόν, τοποθεσία, ημερολογιακή περίοδο και τύπο σχολίου.
- Όπου είναι δυνατόν οι αλλαγές γίνονται αυτοματοποιημένα βάσει σαφώς καθορισμένων κανόνων ενώ οι χειροκίνητες διαδικασίες γίνονται μόνο όταν αυτό είναι αναγκαίο.
- Βασίζεται σε μηχανή εκτέλεσης επιχειρηματικών κανόνων.

- Παρέχει υποστηρικτικές εργασίες γραφείου και διαθέτει μεγάλες αποθήκες δεδομένων.

Όσον αφορά τον τομέα των πωλήσεων το xRezAgent υποστηρίζει τις νέες πωλήσεις, την πώληση συνδυασμού προϊόντων της επιχείρησης ώστε να ισχυροποιηθεί η σχέση εξάρτησης του πελάτη με την επιχείρηση (cross selling) καθώς και υπηρεσίες εκ νέου κράτησης οι οποίες ενοποιούνται με τη μηχανή διαδικτυακών πωλήσεων xRez. Αυτό επιτρέπει την επαναχρησιμοποίηση των δεδομένων του προϊόντος και των επιχειρηματικών κανόνων, ενώ παράλληλα διατηρείται ο έλεγχος της διαδικασίας πωλήσεων.

Οι πράκτορες διατηρούν επίσης, τον πλήρη έλεγχο των διαδικασιών κράτησης, εκ νέου κράτησης ή ακύρωσης. Μπορούν να κάνουν πολλαπλές συσσωρευμένες αλλαγές και να δεσμευθούν ή να τις ακυρώσουν με μία πράξη. Τα ακυρωμένα ή τροποποιημένα δεδομένα παραμένουν ορατά, σε κατάσταση αναμονής, μέχρι να δεσμευτούν και μετά παραμένουν διαθέσιμα στο ιστορικό του συστήματος.



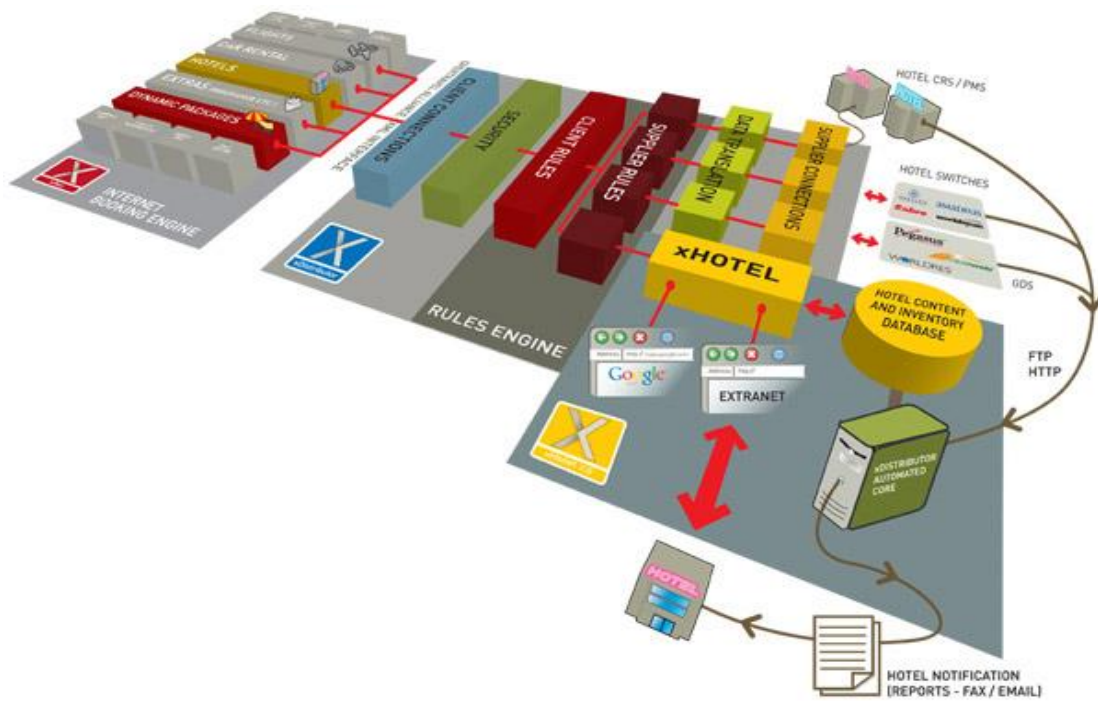
4.2.4 xHotel

Το xHotel είναι το σύστημα της Openjaw Technologies που χρησιμοποιείται για τη διαχείριση περιεχομένου, χαρτογράφησης και απογραφής αποθεμάτων για τον τουριστικό τομέα της διαμονής. Χρησιμοποιείται από ορισμένους από τους κορυφαίους στον κόσμο ταξιδιωτικούς οργανισμούς, αεροπορικές εταιρείες και τουριστικούς διαμεσολαβητές για τη βελτιστοποίηση της προμήθειας και των πωλήσεων των προσφερόμενων υπηρεσιών διαμονής.

Το xHotel επιτρέπει:

- Τη σύνδεση με πολλαπλές πηγές απογραφής αποθεμάτων, εξασφαλίζοντας ευέλικτες συμβάσεις και βελτιώνοντας την κατανομή των εμπορευμάτων.
- Τη γρήγορη προσθήκη πολλαπλών νέων προμηθευτών και τη δυνατότητα για εξεύρεση, από το ίδιο το σύστημα, του προμηθευτή που προσφέρει τις καλύτερες τιμές και έχει τη μεγαλύτερη διαθεσιμότητα.
- Τη δημιουργία δυναμικών πακέτων υπηρεσιών συνδυάζοντας εμπορεύματα από πολλαπλές πηγές.

- Την εκκίνηση νέων καμπανιών διαφήμισης και προώθησης των υπηρεσιών τους που καθιστούν την εμπορία τους γρήγορη και εύκολη, με τη χρήση απλών επιχειρηματικών κανόνων.



Εικόνα 14. Γραφική αναπαράσταση της λειτουργίας του xHotel

Πηγή: <http://www.openjawtech.com/products/xhotel>

Τα προηγμένα χαρακτηριστικά του xHotel παρέχουν τη δυνατότητα για διαχείριση της τοπικής κατανομής των αποθεμάτων σε συνδυασμό με την άμεση σύνδεσή τους με πολλαπλούς προμηθευτές των συγκεκριμένων εμπορευμάτων. Αυτό επιτρέπει στις ταξιδιωτικές εταιρείες να βελτιστοποιήσουν την προμήθεια και την πώληση των υπηρεσιών διαμονής, παρέχοντας πρόσβαση στο χρήστη σε πολλαπλές πηγές τιμών και διαθεσιμότητας για κάθε ξενοδοχείο.

Το xHotel υποστηρίζει την προηγμένη πολύγλωσση διαχείριση περιεχομένου, ώστε να μπορούν οι ταξιδιωτικές εταιρείες να διαφοροποιούν τις προσφορές τους συνδυάζοντας τη διαχείριση των δικών τους δεδομένων με αυτά που αντλούν από άλλες εξωτερικές πηγές.

Επιπλέον παρέχει ισχυρή υποστήριξη στη χαρτογράφηση με ταυτόχρονη δυνατότητα για αναζήτηση διαμονής βασισμένη στη γεωκωδικοποίηση, δηλαδή με τη χρήση του γεωγραφικού πλάτους και μήκους. Ακόμα προσφέρει πληροφορίες για ακίνητα που

βρίσκονται σε μία συγκεκριμένη ακτίνα γύρω από ένα σημείο ενδιαφέροντος, όπως ένα αεροδρόμιο ή μία εκδήλωση.

Στο κομμάτι της διαχείρισης των αποθεμάτων, το xHotel αποθηκεύει και διαχειρίζεται τις τιμές διαπραγμάτευσης και τις συμβάσεις που προέρχονται από πολλαπλούς προμηθευτές. Επίσης οργανώνει αποτελεσματικά τις περιόδους που είναι διαθέσιμα τα δωμάτια, υποστηρίζει όλους τους τύπους τιμών ανακτά γρήγορα όλες τις λεπτομέρειες της πολιτικής του κάθε ξενοδοχείου ενώ παράλληλα προσαρμόζει στην κάθε περίπτωση την τακτική που ακολουθείται για τη διαμονή των μικρών παιδιών.

Υποστηρίζει το διαχωρισμό των ξενοδοχείων σε κατηγορίες και επιτρέπει σε μεμονωμένα ξενοδοχεία ή σε μεγάλες αλυσίδες να εισάγουν πληροφορίες για τη διαθεσιμότητα, τις τιμές αλλά και επιπλέον λεπτομέρειες. Επιτρέπει στο σύστημα ενός πελάτη να ζητήσει μία πλήρη λίστα των τιμών και του εύρους τους, με αποτέλεσμα ο χρήστης του να μπορεί να τροποποιήσει τις υφιστάμενες κρατήσεις και αν επιθυμεί να τις εντάξει σε ένα Δυναμικό Πακέτο.

Ακόμα είναι δυνατή η σύνδεση κάποιων ειδικών προϊόντων με συγκεκριμένους πελάτες ή δίκτυα διανομής ενώ το διαθέσιμο απόθεμα μπορεί αν διοχετευθεί, σε πραγματικό χρόνο, για χρήση σε κάποιο GDS. Σε αντίθεση με τα συστήματα αποκλειστικής εκμετάλλευσης δεν υπάρχουν περιορισμοί στον αριθμό των τύπων των δωματίων στα οποία μπορεί να γίνει αναζήτηση. Επιπλέον προσαρμόζει τις φορολογικές πολιτικές της κάθε χώρας στις δοθείσες τιμές, ώστε να γνωρίζει ο πελάτης τον αναλογούν φόρο αλλά και το τελικό ποσό που θα κληθεί να καταβάλει.

Όσον αφορά τη διαχείριση του περιεχομένου, δίνει τη δυνατότητα παράκαμψης της γενικού περιεχομένου περιγραφής του ξενοδοχείου και δημιουργίας μίας μοναδικής και λεπτομερειακής περιγραφής του. Υποστηρίζει πολλές γλώσσες και αλφάβητα του κόσμου ενώ επιτρέπει την προσθήκη εικόνων και εικονικής περιήγησης.

Οι πελάτες που συνδέονται μέσω μια διαδικτυακής μηχανής αναζήτησης μπορούν να ψάξουν για ξενοδοχεία είτε δίνοντας μία ταχυδρομική διεύθυνση η μέσω της αναζήτησης βάση γεωκωδικοποίησης χρησιμοποιώντας το γεωγραφικό μήκος και πλάτος ενός ακινήτου. Το xHotel ενσωματώνει επίσης υπηρεσίες χαρτογράφησης, όπως το Google Maps, για να εμφανίσει την ακριβή τοποθεσία και να εμπλουτίσει την πληροφόρηση του χρήστη δίνοντάς του μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα.



4.2.5 xEvent

Πρόκειται για ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου και καταγραφής εμπορευμάτων για εκδηλώσεις και δραστηριότητες που συμβαίνουν σε διάφορους προορισμούς. Δίνει τη δυνατότητα στις ταξιδιωτικές επιχειρήσεις να στοχεύσουν τους πελάτες τους με επιπλέον προσφορές που θα δώσουν μεγαλύτερη αξία και ευχαρίστηση στο ταξίδι τους, ενισχύοντας με αυτόν τον τρόπο τα δικά τους έσοδα και αυξάνοντας την κερδοφορία τους.

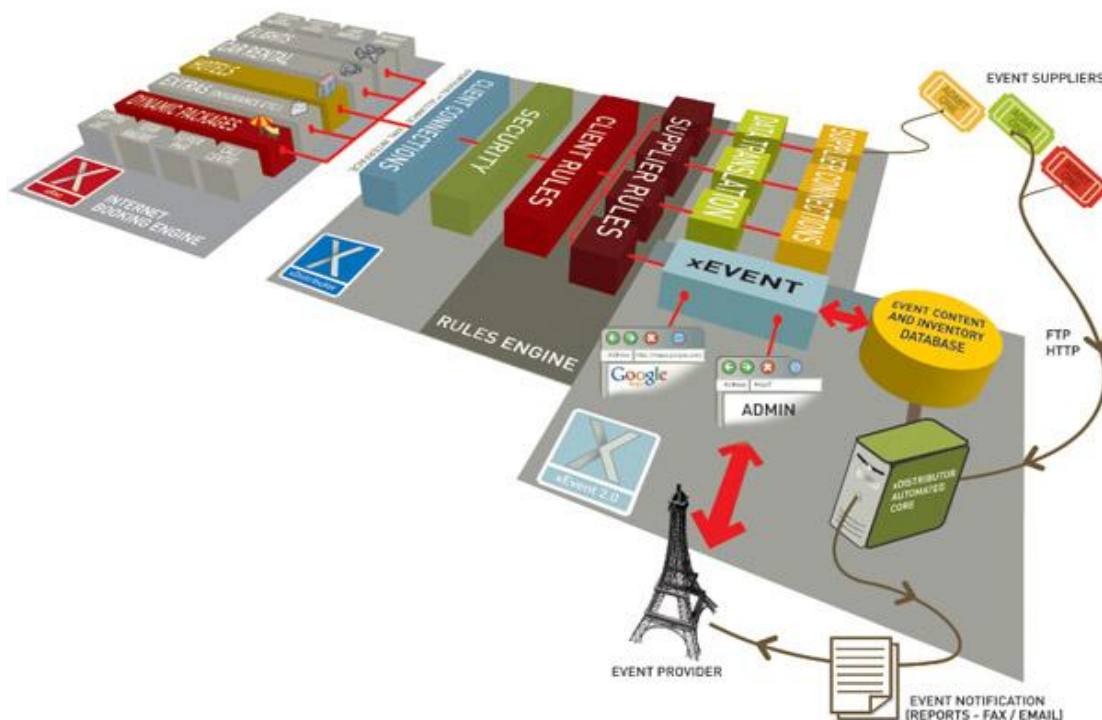
Το xEvent προσφέρει στις επιχειρήσεις που το χρησιμοποιούν τη δυνατότητα να:

- Διαφοροποιούν τα προϊόντα τους δημιουργώντας τις δικές τους μοναδικές περιγραφές του περιεχομένου της κάθε δραστηριότητας, τονίζοντας όποια στοιχεία θεωρούν οι ίδιοι πιο θελκτικά.
- Επιλέγουν μέσα από μεγάλη ποικιλία διαθέσιμων προϊόντων μέσω της σύνδεσης με πολλαπλούς προμηθευτές.
- Ελέγχουν γρήγορα και εύκολα πολλαπλές τιμές και όρους συμβολαίων, μέσω της μηχανής εκτέλεσης επιχειρηματικών κανόνων.
- Δημιουργούν δυναμικά πακέτα διακοπών με επίκεντρο κάποιες εκδηλώσεις και δραστηριότητες.
- Χρησιμοποιούν προηγμένες εφαρμογές αναζήτησης ώστε να προσφέρουν τα αντίστοιχα προϊόντα στους πελάτες τους.

Στον τομέα της διαχείρισης των αποθεμάτων και των συμβάσεων, το xEvent επιτρέπει τη διαχείριση και την αποθήκευση των διαπραγματεύσιμων τιμών και των συμβάσεων με πολλαπλούς προμηθευτές. Υπολογίζει επίσης στην τελική τιμή τους διάφορους τύπους προμηθειών και μέχρι και τρεις κατηγορίες φόρου, ενώ προσαρμόζει σε αυτήν και την εκάστοτε τιμολογιακή πολιτική για τη συμμετοχή των παιδιών.

Το xEvent υποστηρίζει την κατηγοριοποίηση των προσφερόμενων υπηρεσιών και δίνει τη δυνατότητα στον προμηθευτή να «φορτώσει» πληροφορίες που αφορούν τις τιμές, τη διαθεσιμότητα και το περιεχόμενο της δραστηριότητας. Ακόμα επιτρέπει σε ένα σύστημα – πελάτη να ζητήσει την πλήρη λίστα των τιμών και του εύρους τους. Επιπλέον ο χρήστης μπορεί να τροποποιήσει τις υπάρχουσες κρατήσεις ή να τις ενσωματώσει σε ένα Δυναμικό Πακέτο. Παράλληλα, μπορεί να διαχειριστεί πολλών ειδών προϊόντα διασκέδασης και αναψυχής όπως τα εισιτήρια θεάτρου και συναυλιών που συνήθως έχουν συγκεκριμένη

διαθεσιμότητα ή τα εισιτήρια εισόδου σε πάρκα ή πίστες του σκι τα οποία δεν υπάρχει κάποιος περιορισμός στη διαθεσιμότητα.



Εικόνα 15. Γραφική αναπαράσταση της λειτουργίας του xEvent

Πηγή: <http://www.openjawtech.com/products/xevent>

Μέσω του συστήματος μπορούν να διατεθούν ορισμένες δραστηριότητες σε συγκεκριμένους πελάτες όπως είναι οι διοργανωτές συνεδρίων και οι διάφοροι μεσάζοντες ή και να προωθηθούν μόνο σε ορισμένες περιοχές. Ακόμα καθιστά εφικτή την πώληση συνδυασμών προϊόντων αφήνοντας στον χρήστη να ορίσει τι «θα πρέπει» ή τι «θα μπορεί» να πουληθεί μαζί με κάποια εκδήλωση ή δραστηριότητα προορισμού. Για παράδειγμα η είσοδος σε μία εκδήλωση «πρέπει» να πουληθεί μαζί με κάποιου είδους μεταφορά στο χώρο της εκδήλωσης ή «μπορεί» να πουληθεί μαζί με κάποια διαμονή σε ξενοδοχείο και μία πτήση.

Το xEvent επιτρέπει στις επιχειρήσεις που το χρησιμοποιούν να διαφοροποιήσουν τις κορυφαίες τους εκδηλώσεις και δραστηριότητες μέσα από τη δημιουργία περιγραφών που είναι μοναδικές, εστιασμένες στα δυνατά σημεία, εμπλουτισμένες με εικόνες και εικονικές περιηγήσεις και ενημερωμένες με τα πιο πρόσφατα δεδομένα.

Η αναζήτηση γίνεται μέσω των διαδικτυακών μηχανών με τη χρήση διεύθυνσης ή γεωγραφικών συντεταγμένων και με τη βοήθεια του Google Maps μπορεί να εμφανιστεί η ακριβής τοποθεσία διευκολύνοντας περαιτέρω το χρήστη.

4.2.6 xLocation



Το xLocation δίνει την δυνατότητα στο χρήστη του να αξιοποιήσει τη δύναμη των πληροφοριών εντοπισμού θέσης ώστε να αυξήσει τις διαδικτυακές του πωλήσεις, προσφέροντας στους πελάτες του μία πληθώρα ταξιδιωτικών προϊόντων που είναι σχετικά με το ταξίδι τους.

Πρόκειται για εφαρμογή συγκέντρωσης, ιεράρχησης και διαχείρισης των δεδομένων τοποθεσίας όπως είναι οι διευθύνσεις, τα γεωγραφικά πλάτη και μήκη, τα συναφή σημεία ενδιαφέροντος αλλά και η μετάφραση – μετατροπή της ονομασίας ενός προορισμού από το αλφάβητο της χώρας στην οποία βρίσκεται σε αυτό της γλώσσας του ενδιαφερόμενου.

Η εφαρμογή αυτή επιτρέπει στους χρήστες της να:

- Διαχειρίζονται όλα τα δεδομένα που σχετίζονται με τη θέση του ζητούμενου προϊόντος – υπηρεσίας (διεύθυνση, γεωγραφικές συντεταγμένες, πολλαπλές ορθογραφίες, συναφείς χώροι).
- Προσδιορίζουν τους τύπους προϊόντων που διατίθενται προς πώληση σε κάθε περιοχή.
- Δημιουργούν και να διαχειρίζονται μία δυναμική ιεράρχηση των περιοχών καταλήγοντας σε μία δομή με μορφή του τύπου: χώρα à περιοχή à πόλη à διεύθυνση.
- Αναζητούν τους κωδικούς της περιοχής των προμηθευτών κατά την αποστολή των αιτήσεων τους σε αυτούς.
- Χρησιμοποιούν στοιχεία του προτύπου AJAX (Asynchronous JavaScript and XML) για τη δημιουργία διαδραστικών διαδικτυακών εφαρμογών όπως είναι η πρόβλεψη εισαγωγής κειμένου σε πλαίσιο κειμένου και η πλοήγηση στα δεδομένα μιας τοποθεσίας μέσω λίστας.
- Καταχωρούν το κείμενό τους σε όποια γλώσσα τους εξυπηρετεί καθώς η εφαρμογή υποστηρίζει μία πληθώρα γλωσσών.

Το xLocation παρέχει τη δυνατότητα για αναζήτηση ταξιδιωτικών προϊόντων μέσα σε ένα αναγνωριστικό πλαίσιο, εντοπίζοντας συγκεκριμένους τύπους προϊόντων σε διαφορετικές τοποθεσίες. Για παράδειγμα, σε έναν πελάτη που ψάχνει για πτήση θα εμφανιστεί μία λίστα με αεροδρόμια και πόλεις προορισμού ενώ σε έναν πελάτη που ψάχνει για δυναμικά πακέτα

διακοπών θα εμφανιστούν η πόλη, το τουριστικό θέρετρο αλλά και άλλες τοποθεσίες όπου υπάρχουν διαθέσιμες εγκαταστάσεις διαμονής.

Επιπλέον, διευκολύνει τη δημιουργία λιστών περιήγησης με τοποθεσίες και προϊόντα που εξυπηρετούνται από την επιχείρηση μέσω μιας βελτιστοποιημένης μηχανής αναζήτησης. Η ιεράρχηση μπορεί να γίνει με κριτήριο τη γεωγραφική θέση, τη δραστηριότητα (για παράδειγμα προορισμοί για σκι) ή με οποιοδήποτε άλλο κριτήριο εξυπηρετεί την επιχείρηση ενώ μπορούν να παρουσιαστούν και σχετικά προϊόντα που υπάρχουν σε γειτονικές περιοχές.

Η περιοχή αναζήτησης μπορεί να είναι μια ήπειρος, μια χώρα, μια περιοχή, μια πόλη, μια γειτονιά, ένας αερολιμένας ή οποιοδήποτε άλλο μέρος που θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί για την αναζήτηση ξενοδοχείων, αυτοκινήτων, εκδηλώσεων και δραστηριοτήτων κ.α. Με το xLocation όλα αυτά δεδομένα είναι δομημένα σε μία ιεράρχηση δέντρου διευκολύνοντας τις εταιρείες του ταξιδιωτικού τομέα.

4.3 Πακέτα επιχειρηματικών λύσεων της OpenJaw Technologies

Βασική επιδίωξη της OpenJaw Technologies είναι η παροχή προηγμένων λύσεων ηλεκτρονικού εμπορίου στην παγκόσμια τουριστική βιομηχανία και πιο συγκεκριμένα σε αεροπορικές εταιρείες, διαδικτυακά ταξιδιωτικά πρακτορεία, ξενοδοχειακές αλυσίδες και προγράμματα επιβράβευσης πελατών. Οι πελάτες της επιλέγουν τα τεχνολογικά προϊόντα νέας γενιάς της εταιρείας και η εταιρεία από την πλευρά της προσπαθεί μέσω αυτών αλλά και της εμπειρίας της να τους βοηθήσει με την υλοποίηση του επιχειρηματικού τους οράματος πάνω στον τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου. Η λίστα των πελατών της εταιρείας αριθμεί 40 από τις μεγαλύτερες ταξιδιωτικές επιχειρήσεις παγκοσμίως και ολοένα και μεγαλώνει.

Οι επιχειρηματικές λύσεις της εταιρείας επιτρέπουν στους πελάτες της να:

- Διαχειρίζονται και να ελέγχουν τα κανάλια διανομής των προϊόντων τους χρησιμοποιώντας την ενσωματωμένη μηχανή εκτέλεσης επιχειρηματικών κανόνων.
- Προσφέρουν στους δικούς τους πελάτες τη μεγαλύτερη δυνατή ποικιλία προϊόντων αλλά και δευτερεύοντα σχετικά προϊόντα με τα οποία θα αυξήσουν τα έσοδά τους.
- Ενισχύουν τις πωλήσεις τους με νέες προσφορές που γίνονται γρήγορα και εύκολα.
- Συνδέονται εύκολα με νέες και διαφορετικές πηγές εμπορευμάτων ώστε να δημιουργήσουν μία νέα βελτιωμένη εμπειρία αγορών για τους πελάτες τους.

- Ελέγχουν και να διαχειρίζονται αποτελεσματικά τους όρους των συμβολαίων τους μέσω της μηχανής εκτέλεσης επιχειρηματικών κανόνων.
- Δημιουργία ευέλικτων δυναμικών πακέτων.

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι, η εταιρεία προσπαθεί να βοηθήσει τους πελάτες της ώστε να αξιοποιήσουν και να επωφεληθούν στο μέγιστο βαθμό από την επένδυσή τους στα τεχνολογικά της προϊόντα. Οι εμπειρογνώμονες της OpenJaw Technologies εργάζονται συνεχώς με στόχο τη βελτίωση, την εξέλιξη και την αναβάθμιση των προϊόντων της εταιρείας και την αντιμετώπιση και ελαχιστοποίηση τυχόν προβλημάτων προσαρμογής. Για το λόγο αυτό προσφέρεται μια σειρά από συμβουλευτικές υπηρεσίες καθώς και υπηρεσίες υποστήριξης, εκπαίδευσης και πρακτικής εξάσκησης που ενισχύουν την αποτελεσματικότητα των εργαζομένων που χρησιμοποιούν τα λογισμικά της. Η παροχή αυτών των υπηρεσιών ξεκινάει από την πρώτη στιγμή της συνεργασίας της τουριστικής επιχείρησης με την OpenJaw Technologies και συνεχίζεται καθ' όλη τη διάρκεια της μεταξύ τους συνεργασίας.

Ιδιαίτερη σημασία δίνεται στην ευθυγράμμιση της νεοεισαχθείσας στην επιχείρηση τεχνολογίας με την ήδη υπάρχουσα αλλά και στην προσαρμογή της, μέσω του εξειδικευμένου σχεδιασμού, στο όραμα και τις επιδιώξεις που έχουν τεθεί από την ίδια την επιχείρηση. Όσο δημιουργείται το κατάλληλο λογισμικό για τη συγκεκριμένη επιχείρηση, ο υπεύθυνος της OpenJaw Technologies μαζί με την ομάδα που ανάπτυξης του λογισμικού προσπαθούν να διασφαλίσουν την ποιότητα και να περιορίσουν τον κίνδυνο. Ακόμα και μετά την έναρξη λειτουργίας των συστημάτων και με στόχο την μεγιστοποίηση της γενικότερης ωφέλειας της επιχείρησης, παρέχεται συνεχής και ποιοτική υποστήριξη και επίλυση προβλημάτων μέσω του διαδικτύου ώστε να αντιμετωπίζονται αμέσως τυχόν δυσκολίες που μπορεί να προκύψουν στους εργαζομένους που χρησιμοποιούν τα συστήματα.

Παρακάτω παρουσιάζονται ορισμένα παραδείγματα επιχειρηματικών λύσεων που μπορεί να προσφέρει η εταιρεία σε αεροπορικές εταιρείες, ταξιδιωτικούς οργανισμούς, ξενοδοχειακούς διαμεσολαβητές και διαδικτυακά τουριστικά πρακτορεία.

4.3.1 Επιχειρηματικές λύσεις για αεροπορικές εταιρείες

Τα τελευταία χρόνια οι αεροπορικές εταιρείες σε παγκόσμιο επίπεδο, βρίσκονται σε συνεχή ανταγωνισμό με τα διαρκώς αναπτυσσόμενα και κερδοφόρα διαδικτυακά τουριστικά πρακτορεία, προσπαθώντας να αναπτύξουν στρατηγικές ώστε να επανακτήσουν το μερίδιό τους στη διαδικτυακή πώληση δυναμικών πακέτων (για τα οποία υπάρχει μεγάλη ζήτηση τόσο στις Η.Π.Α. όσο και στις Ευρωπαϊκές χώρες) και στη γενικότερη αγορά ξενοδοχειακών προϊόντων. Η πώληση ταξιδιωτικών προϊόντων εδάφους (ξενοδοχεία, αυτοκίνητα, δραστηριότητες προορισμού) που συνδυάζονται με την πτήση, ενισχύει σημαντικά τα έσοδα των αεροπορικών εταιρειών γι' αυτό και μερικές από τις κορυφαίες αεροπορικές εταιρείες παγκοσμίως ήδη δραστηριοποιούνται σε αυτόν τον τομέα εμπορευόμενες σχετικά προϊόντα λιανικώς μέσω του διαδικτύου.

Η πώληση διαφόρων προϊόντων που συνδυάζονται με τις αεροπορικές πτήσεις είναι τόσο εκτεταμένη και έχει αλλάξει τόσο τον επιχειρηματικό ρόλο των αεροπορικών εταιριών ώστε, όπως αναφέρεται στο διαδικτυακό τόπο της εταιρείας, από πωλητές αεροπορικών θέσεων έχουν μετατραπεί σε εμπόρους διαφόρων ταξιδιωτικών προϊόντων. Μάλιστα τα έσοδα των αεροπορικών εταιρειών από τη διαπραγμάτευση τέτοιου είδους προϊόντων και υπηρεσιών άγγιξαν για το 2010 τα 22,6 δισεκατομμύρια δολάρια παγκοσμίως, παρουσιάζοντας αύξηση 43% σε σχέση με τα αντίστοιχα του προηγούμενου έτους.

Η διαδικτυακή πλατφόρμα πωλήσεων της OpenJaw Technologies και η τεχνολογία δημιουργίας δυναμικών πακέτων παρέχει τη δυνατότητα στις αεροπορικές εταιρείες να προσφέρουν στους πελάτες τους την ευρύτερη δυνατή ποικιλία διαδικτυακών τουριστικών προϊόντων. Οι πελάτες των αεροπορικών εταιρειών μπορούν να αγοράσουν και άλλα συναφή ταξιδιωτικά προϊόντα όπως διαμονή σε ξενοδοχεία και ενοικιάσεις αυτοκινήτων ή μπορούν να φτιάξουν τα δικά τους πακέτα διακοπών και επαγγελματικών ταξιδιών συνδυάζοντας, ανάλογα με τις ανάγκες και τις επιθυμίες τους πτήσεις, ξενοδοχεία, αυτοκίνητα και δραστηριότητες προορισμού σε μία ενιαία κράτηση. Η δημιουργία δυναμικών πακέτων επιτρέπει στις αεροπορικές εταιρείες τη συγκέντρωση πολλών προϊόντων σε ένα πακέτο με μία ενιαία τιμή εξασφαλίζοντας καλύτερη διάθεση εμπορευμάτων με μεγάλο απόθεμα, τη γρήγορη πώλησή τους ενώ μέσω αυτής η εταιρεία εξασφαλίζει σημαντικά πρόσθετα έσοδα καθώς τα περιθώρια κέρδους είναι αρκετά μεγάλα.

Μέσα από το xRez και το XDistributor της OpenJaw Technologies, παρέχεται στις συνεργαζόμενες αεροπορικές εταιρείες μία πλήρως ανεξάρτητη διαδικτυακή μηχανή

κρατήσεων η οποία προσφέρει τον απόλυτο έλεγχο στο χρήστη της μέσω της εφαρμογής εκτέλεσης επιχειρηματικών κανόνων. Μερικές από τις χαρακτηριστικές δυνατότητες αυτής της πλατφόρμας είναι: η ομαδοποίηση των ναύλων και απλοποίηση των σχετικών κανονισμών, το check – in και τοποθέτηση στις θέσεις, η προτεραιότητα επιβίβασης, η κατανομή των θέσεων και η πώληση των σχετικών με τις θέσεις προϊόντων, η προπληρωμή των υπέρβαρων αποσκευών, η αναβάθμιση της κράτησης σε άλλη κατηγορία θέσεων κ.α. Η διαδικτυακή αυτή μηχανή κρατήσεων μπορεί να υποστηρίξει οποιοδήποτε σύστημα κρατήσεων αεροπορικής εταιρείας και μπορεί να συνδεθεί και με τα Navitaire, SITA, Amadeus, Sabre, Worldspan και Galileo.

Επιπλέον, παρέχεται η δυνατότητα για προμήθεια και τιμολόγηση προϊόντων από πολλαπλούς προμηθευτές σε πραγματικό χρόνο. Τα προϊόντα αυτά μπορούν να συνδυαστούν με βασικά προϊόντα της εταιρείας ώστε να δημιουργηθούν ταξιδιωτικά πακέτα που να ανταποκρίνονται στις ιδιαίτερες απαιτήσεις του κάθε ταξιδιώτη. Η παροχή ιδιαίτερα εξατομικευμένων προϊόντων, οδηγεί στην πληρέστερη ικανοποίηση των ατομικών αναγκών του κάθε πελάτη και βελτιώνει την όλη εμπειρία των αγορών.

Η διαδικτυακή μηχανή κρατήσεων της OpenJaw Technologies μπορεί να ενσωματώσει το πρόγραμμα επιβράβευσης πελατών της εταιρείας επιτρέποντας στα μέλη της να κερδίζουν και να εξαργυρώνουν τα μίλια τους. Η δραστηριότητα αυτή γίνεται μέσω μιας μηχανής εκτέλεσης επιχειρηματικών κανόνων με την οποία καθορίζονται τα βασικά χαρακτηριστικά του προγράμματος όπως το αν οι ανταμοιβές θα βασίζονται στην απόσταση που διανύθηκε ή στο κόστος του ταξιδιού, τα όρια για την εξόφληση, τον τρόπο εξαργύρωσης των πόντων κ.α.

Τέλος, στην περίπτωση αγορών με χαμηλή διείσδυση του διαδικτύου ή για όσες εταιρείες επιθυμούν να αξιοποιήσουν αποτελεσματικότερα τους πράκτορες πωλήσεων, το xRez σε συνδυασμό με το xRezAgent παρέχουν μία πλήρη πλατφόρμα που απευθύνεται σε ειδικευμένους πράκτορες πωλήσεων για την προώθηση, πώληση αλλά και εξυπηρέτηση ταξιδιωτικών πακέτων που περιλαμβάνουν και υπηρεσίες εδάφους (ξενοδοχεία, αυτοκίνητα κ.α.).

4.3.2 Επιχειρηματικές λύσεις για ταξιδιωτικούς οργανισμούς

Μέσω της πλατφόρμας XDistributor που διακρίνεται για την ευελιξία και την επεκτασιμότητα της, οι τουριστικοί οργανισμοί είναι σε θέση να προσφέρουν μία ευρεία γκάμα ταξιδιωτικών προϊόντων και υπηρεσιών στους πελάτες τους καθώς αποκτούν πρόσβαση σε πολλαπλές πηγές που προμηθεύουν αεροπορικές πτήσεις, ξενοδοχειακές διαμονές, ενοικιάσεις αυτοκινήτων και άλλα σχετικά προϊόντα.

Επιπλέον, μέσα από τη συνεχή έρευνα στα συστήματα διαχείρισης αποθεμάτων των προμηθευτών τους, δίνεται η δυνατότητα να συγκεντρώσουν τα κατάλληλα προϊόντα και υπηρεσίες ώστε να δημιουργήσουν εύκολα και γρήγορα διάφορα δυναμικά πακέτα διακοπών και να τα προωθήσουν στους πελάτες τους. Η αναζήτηση των διαθέσιμων αποθεμάτων είναι ιδιαίτερα εκτεταμένη και περιλαμβάνει τη συλλογή δεδομένων από τα Παγκόσμια Κανάλια Διανομής – GDS, τα τοπικά συστήματα διατήρησης και καταγραφής αποθεμάτων, τις απευθείας συνδέσεις με συγκεκριμένους προμηθευτές και από διάφορους διαμεσολαβητές τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών.

Η επιχείρηση διατηρεί την ευελιξία να αποφασίσει ποια θα είναι τα συστατικά στοιχεία του κάθε δυναμικού πακέτου που θα δημιουργηθεί. Για παράδειγμα ορισμένα πακέτα μπορεί να μην απαιτούν την ενοικίαση αυτοκινήτου ή τα πακέτα που συνδυάζουν αεροπορική πτήση και ενοικίαση αυτοκινήτου είναι δυνατό να μην περιέχουν και διαμονή. Ακόμα, τα προκατασκευασμένα πακέτα μπορούν να ελέγχουν διαρκώς τη διαθεσιμότητα των συγκεκριμένων συστατικών τους στοιχείων ώστε να αποφασίζεται πότε μπορούν να διατεθούν στον πελάτη και πότε δεν είναι διαθέσιμα. Υπάρχει επίσης η δυνατότητα επιλογής του τρόπου με τον οποίο θα δομηθεί το πακέτο αν δηλαδή τα υπόλοιπα συστατικά στοιχεία θα δομηθούν πάνω σε ένα αρχικό προϊόν όπως είναι η πτήση ή η διαμονή, ή αν θα γίνει ταυτόχρονη αναζήτηση και συνδυασμός όλων των προϊόντων και υπηρεσιών.

Το XDistributor παρέχει τα κατάλληλα εργαλεία στους ταξιδιωτικούς οργανισμούς ώστε να διαμορφώνουν και να ελέγχουν την τιμολογιακή τους πολιτική και να προσφέρουν το πακέτο τους στο νόμισμα που εξυπηρετεί τον πελάτη μετατρέποντας, βάσει των εκάστοτε συναλλαγματικών ισοτιμιών, τα προϊόντα που διατίθενται σε διαφορετικά νομίσματα σε ένα μόνο νόμισμα. Έτσι μπορούν να εφαρμόζουν γρήγορα και εύκολα προσαυξήσεις ή εκπτώσεις σε μεμονωμένα στοιχεία ή σε ολόκληρο το πακέτο χρησιμοποιώντας είτε συγκεκριμένα σταθερά ποσά είτε ποσοστά επί της καθαρής αξίας. Ακόμα μπορούν να αυξομειώνουν τις

τιμές των συμπληρωματικών υπηρεσιών ανάλογα με την τιμή στην οποία έχει αποφασιστεί ότι θα διατεθεί το συνολικό πακέτο.

Ιδιαίτερα χρήσιμη για τους ταξιδιωτικούς οργανισμούς, είναι και η πλατφόρμα xRez με την οποία μπορούν να δημιουργήσουν μία εξαιρετικά αποτελεσματική ιστοσελίδα για την προώθηση και την πώληση των προϊόντων τους. Υποστηρίζει, μάλιστα, διάφορους τύπους ιστοσελίδων αλλά και πακέτων δίνοντας στην επιχείρηση τη δυνατότητα επιλογής του τύπου που επιθυμεί. Συνδυάζοντας την αρχιτεκτονική βάσει του προτύπου XML, την προηγμένη πελατοκεντρική προσέγγιση και την ασυναγώνιστη ευελιξία το xRez μπορεί να βοηθήσει στην ανάπτυξη του οργανισμού και στη γρήγορη προσαρμογή του στις μεταβαλλόμενες απαιτήσεις της σύγχρονης τουριστικής αγοράς.

4.3.3 Επιχειρηματικές λύσεις για ξενοδοχειακούς διαμεσολαβητές

Τα προϊόντα της OpenJaw Technologies και πιο συγκεκριμένα τα xDistributor, xRez και xHotel βοηθούν τους ξενοδοχειακούς διαμεσολαβητές να απελευθερωθούν από τις άκαμπτες διαδικασίες προμηθειών και να αυξήσουν τη μεταξύ τους συνδεσιμότητα και επικοινωνία. Η χρήση τους οδηγεί σε βελτιστοποίηση των εσόδων μέσω του σωστού συνδυασμού τοπικών βάσεων δεδομένων για τη διαμονή, με πληροφορίες για διαθεσιμότητα και τιμές που προέρχονται από πολλαπλές πηγές όπως είναι τα GDS αλλά και τα CRS και οι ιστοσελίδες των μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων .

Η δυνατότητα αυτή, καθιστά ευκολότερη και τη δημιουργία δυναμικών πακέτων διακοπών, που αποτελεί μία από τις πιο σημαντικές τάσεις στο χώρο του τουρισμού και αυξάνει σημαντικά την κερδοφορία των επιχειρήσεων που τα διαπραγματεύονται.

Καθώς το μοντέλο διανομής ξενοδοχειακών υπηρεσιών διευρύνεται και εξελίσσεται παρατηρείται μια ολοένα και αυξανόμενη απαίτηση για μεγαλύτερη ευελιξία στις κρατήσεις και στην τιμολόγηση των δωματίων, κάτι που γίνεται εφικτό μέσω της διαδικτυακής μηχανής κρατήσεων xRez. Η χρήση της προσφέρει απaráμιλλη ευελιξία και τη δυνατότητα καινοτόμων κρατήσεων μέσα από προηγμένες επιλογές αναζήτησης. Έτσι επιτρέπει τη συγκέντρωση μεγάλων ποσοτήτων δεδομένων ώστε να υποστηρίξει τον έλεγχο διαθεσιμότητας καταλύματος όταν ο πελάτης θέτει πολλά κριτήρια επιλογής ενώ μπορεί και προσθέτει αυτόματα περισσότερα αιτήματα αναζήτησης όταν έχουν βρεθεί πολύ λίγα ξενοδοχεία βάσει των δοθέντων κριτηρίων.

Για την καλύτερη ικανοποίηση των αναγκών των πελατών, το xRez επιτρέπει την εμφάνιση των αποτελεσμάτων της αναζήτησης βάσει πολλαπλών κριτηρίων ταξινόμησης. Έτσι τα αποτελέσματα μπορεί να ταξινομηθούν ανάλογα με την απόσταση που έχουν από ένα συγκεκριμένο σημείο η οποία εμφανίζεται σε χιλιόμετρα δίπλα σε κάθε ξενοδοχείο, με την τιμή του δωματίου, με την κατηγορία του ξενοδοχείου, με το όνομά του ή και με οποιοδήποτε άλλο κριτήριο ζητηθεί από την επιχείρηση να συμπεριληφθεί στο λογισμικό.

Τέλος, υποστηρίζονται υπηρεσίες ηλεκτρονικής χαρτογράφησης, παροχής πληροφοριών τοποθεσίας αλλά και λεπτομερειακής περιγραφής της ξενοδοχειακής μονάδας, ικανοποιώντας έτσι τις αυξημένες απαιτήσεις των σύγχρονων πελατών που επιζητούν πληρέστερη πληροφόρηση για τη δημιουργία ξεκάθαρης εικόνας του προϊόντος το οποίο πρόκειται να αγοράσουν αλλά και των υπηρεσιών οι οποίες πραγματικά θα τους προσφερθούν.

4.3.4 Επιχειρηματικές λύσεις για διαδικτυακά τουριστικά πρακτορεία

Τα διαδικτυακά πρακτορεία ταξιδίων παρέχουν σχεδόν όλες τις υπηρεσίες των παραδοσιακών τουριστικών πρακτορείων όπως είναι η γενική πληροφόρηση, η κράτηση και η αγορά εισιτηρίων και η κράτηση δωματίων και δραστηριοτήτων διασκέδασης. Συχνά όμως προσφέρουν και επιπλέον υπηρεσίες όπως ταξιδιωτικές συμβουλές από ανθρώπους που έχουν βιώσεις παρόμοιες εμπειρίες, παρακολούθηση των τιμών των εισιτηρίων και σύγκριση αυτών, ηλεκτρονικά ταξιδιωτικά περιοδικά, μηχανές μετατροπής νομισμάτων, σύστημα εντοπισμού επιχειρήσεων και τοποθεσιών σε όλο τον κόσμο και πολλές άλλες.

Η ανάπτυξη της διαδικτυακής πλατφόρμας πωλήσεων της OpenJaw Technologies από ένα διαδικτυακό τουριστικό πρακτορείο, ανοίγει ένα νέο κανάλι πωλήσεων για την επιχείρηση, εμπλουτίζει την γκάμα των προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρονται στους πελάτες και βελτιώνει σημαντικά την ταχύτητα και την ποιότητά τους.

Μέσω των xDistributor και xRez δημιουργείται μία πλήρως ανεξάρτητη πλατφόρμα πωλήσεων που παρέχει απόλυτο έλεγχο με τη χρήση της εφαρμογής των επιχειρησιακών κανόνων καθώς αποφασίζεται σε πραγματικό χρόνο σε ποια συστήματα θα γίνει η αναζήτηση και μετέπειτα η κράτηση ανάλογα με τις απαιτήσεις και τα κριτήρια που έχει θέσει ο πελάτης. Η ενοποιημένη διαδικτυακή μηχανή κρατήσεων που περιλαμβάνεται στην πλατφόρμα αυτή, υποστηρίζει την ίδια στιγμή μία πληθώρα αερομεταφορέων χαμηλού κόστους, GDS (Amadeus, Galileo, Worldspan και Sabre), ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και

εταιρειών ενοικίασης αυτοκινήτων ενώ μπορούν εύκολα να προστεθούν και άλλα συστήματα αεροπορικών κρατήσεων και άμεσες συνδέσεις με προμηθευτές ανάλογα με τις ανάγκες της επιχείρησης. Η μηχανή δίνει τη δυνατότητα πωλήσεων με τη βοήθεια του ημερολογίου, συνδυασμένης αναζήτησης των πτήσεων απλής μετάβασης, διατήρησης του προφίλ των πελατών και πλήρους προσαρμογής του περιβάλλοντος εργασίας του συστήματος ανάλογα με τις ιδιαίτερες ανάγκες και τις απαιτήσεις της επιχείρησης του χρήστη.

Όσον αφορά την πώληση ξενοδοχειακών προϊόντων αξιοποιούνται οι δυνατότητες του xHotel, το οποίο υποστηρίζει μία πληθώρα υπηρεσιών διαμονής που προέρχονται από πολλούς συνδεδεμένους προμηθευτές. Μέσω των εργαλείων που διαθέτει, μπορεί να διαχειριστεί τις τυχόν προσαυξήσεις ή εκπτώσεις πάνω στο προϊόν, τον υπολογισμό των φόρων που αντιστοιχούν αλλά και να μεγιστοποιήσει τα περιθώρια κέρδους. Ακόμα, η σειρά ταξινόμησης των αποτελεσμάτων της αναζήτησης βοηθάει στο να ιεραρχηθούν οι κορυφαίοι προορισμοί σύμφωνα με ορισμένες ιδιότητές τους αυξάνοντας με αυτόν τον τρόπο τη διαπραγματευτική ικανότητα της επιχείρησης και μεγιστοποιώντας τα έσοδα.

Τέλος, επιτρέπεται η ανεύρεση και η τιμολόγηση εμπορευμάτων και υπηρεσιών από πολλαπλούς μεγάλους αλλά και μικρούς προμηθευτές, τα οποία στη συνέχεια μπορούν να συνδυαστούν μεταξύ τους και να αποτελέσουν δυναμικά πακέτα ταξιδιωτικών προϊόντων. Η διάθεση των δυναμικών πακέτων μπορεί να γίνει διαδικτυακά αλλά και μέσω τηλεφωνικής πώλησης καθώς η δυνατότητα αυτή προσφέρεται από την ίδια την πλατφόρμα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο

Συμπεράσματα

Οι σύγχρονες τεχνολογίες των επικοινωνιών, τα πολυμέσα και τα εξελιγμένα πληροφοριακά συστήματα υποστηρίζουν και ικανοποιούν την ανάγκη για ένα ευρύ φάσμα πληροφόρησης που απαιτεί σήμερα η παγκοσμιοποιημένη τουριστική βιομηχανία. Η επίδραση των Τεχνολογιών Πληροφορίας είναι τώρα εμφανής σε όλη την αλυσίδα προμηθειών και την αλυσίδα οικονομικού οφέλους των παικτών του κλάδου. Μέσα από τη ολοένα και αυξανόμενη χρήση των διαδικτυακών εφαρμογών και άλλων αναπτυσσόμενων διαδραστικών πολυμεσικών συστημάτων, ο τουριστικός τομέας έχει αρχίσει να μετασχηματίζεται και να προσαρμόζεται στις προσκλήσεις της νέας εποχής, ενώ παρατηρείται και μία γενικότερη αλλαγή της δομής και του τρόπου οργάνωσής του.

Το Διαδίκτυο και οι Τεχνολογίες Πληροφορίας και Επικοινωνιών έχουν διεισδύσει σε πολύ υψηλό επίπεδο στον παγκόσμιο τουρισμό, με τα έσοδα από τις διαδικτυακές κρατήσεις να ανέρχονται σε πολλά δισεκατομμύρια. Μάλιστα ο τουρισμός αποτελεί πλέον μία από τις τρεις μεγαλύτερες κατηγορίες ηλεκτρονικού εμπορίου. Για το λόγο αυτό, οι διάφοροι επαγγελματίες που ασχολούνται με τον τουριστικό κλάδο καλούνται να αντιμετωπίσουν την πρόκληση και να εκμεταλλευτούν τις ευκαιρίες ανάπτυξης που αναδύονται με την υιοθέτηση και ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών.

Από τους πρώτους που έχουν αναβαθμίσει την τεχνολογία την οποία χρησιμοποιούν και έχουν μπει και στο χώρο των ηλεκτρονικών κρατήσεων μέσω του διαδικτύου, είναι τα συστήματα κρατήσεων των τεσσάρων ισχυρότερων Παγκόσμιων Καναλιών Διανομής – GDS, των Amadeus, Galileo, Sabre και Worldspan. Το καθένα από αυτά τα συστήματα λοιπόν, έχει και τα δικά του προϊόντα που το κάνει να ξεχωρίζει. Το Amadeus air για παράδειγμα, ασχολείται κυρίως με τις αεροπορικές εταιρείες και την έκδοση εισιτηρίων. Το Galileo Agency Private Fares αναλαμβάνει την διαχείριση και διανομή των αεροπορικών ναύλων. Το Sabre hotels προσφέρει τιμές και διαθεσιμότητα για χιλιάδες ξενοδοχεία. Και τέλος, το Travelport Cruise & Tour for Supplier, είναι βασισμένο σε ηλεκτρονικές αγορές και κρατήσεις. Εκτός από τα GDS όμως, υπάρχουν και τα Κανάλια Διανομής Internet (IDS), όπως είναι το Expedia, το Travelocity, που υποστηρίζεται από τη Sabre, το Booking.com, το TripAdvisor και το Hotels.com. Τα IDS απευθύνονται κυρίως σε ανεξάρτητους ταξιδιώτες.

Η τάση αυτή οδήγησε στην ανάγκη δημιουργίας λογισμικών προώθησης, διανομής και πώλησης του τουριστικού προϊόντος. Η OpenJaw Technologies αποτελεί μία από τις κορυφαίες εταιρείες παροχής τέτοιου είδους λογισμικού και προτιμάται από πολλές επιχειρήσεις της τουριστικής βιομηχανίας.

Οι νέες δυνατότητες που δημιουργούνται για τους επαγγελματίες του τουρισμού με χρήση των συστημάτων – πλατφορμών που διαθέτει η εταιρεία είναι ποικίλες και ουσιαστικά ανοίγουν νέους ορίζοντες στην εξυπηρέτηση πελατών και στον έλεγχο του λειτουργικού κόστους της επιχείρησής τους. Μερικές από αυτές τις δυνατότητες είναι ταχύτητα και αμεσότητα στην πληροφόρηση του πελάτη, λειτουργικότητα και ευελιξία στην πραγματοποίηση κρατήσεων, χαμηλό κόστος σύνδεσης με το σύστημα κ.α.

Τέλος, οι διαδικτυακές λύσεις που παρέχουν τα συστήματα της εταιρείας σε σύγκριση με συστήματα άλλων εταιρειών έχουν σαφώς ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα όπως εμπειρία στην διανομή πληροφοριών σε παγκόσμιο και τοπικό επίπεδο, εξειδίκευση στην εξυπηρέτηση των αναγκών του τουριστικού κλάδου και εξαιρετικό επίπεδο συνεργασιών με παγκόσμιους και τοπικούς προμηθευτές.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση

Βαρβαρέσος, Σ. (2004). Τουρισμός - Οικονομικές προσεγγίσεις. Αθήνα: Προπομπός.

Θεοχάρης, Ν. (2005). Συστήματα Κρατήσεων στον τουριστικό τομέα. Travel Daily News. Διαθέσιμο στο: http://www.traveldailynews.gr/pdf/Epth3/Nikos_Theoharis.pdf (τελευταία ημερομηνία προσπέλασης: 17/5/11).

Κατσώνη Β. (2006) Συστήματα Ηλεκτρονικών κρατήσεων στον Τουρισμό – Από τα CRSs στα GDSs,. Αθήνα : Interbooks

Κυδωνιάτης Φ. (2006) Ο τουρισμός έχει μέλλον, Τα Νέα - Ανοιχτό MBA, β' κύκλος – τεύχος 28

Λουκής Ε. (2002) Ο ρόλος και η σημασία της πληροφορικής και των επικοινωνιών στην τουριστική βιομηχανία. Διαθέσιμο στο: <http://www.hotel-restaurant.gr/index.php?id=899> (τελευταία ημερομηνία προσπέλασης: 20/5/11).

Σιγάλα Μ. (2006) Οι νέες τεχνολογίες επικοινωνίες και πληροφορικής στον τουρισμό. Τα Νέα - Ανοιχτό MBA, β' κύκλος – τεύχος 26

Turban E., King D., Mekay J., Marsall P., Lee J., Viehland D., (2008) Ηλεκτρονικό εμπόριο. Αρχές – Εξελίξεις – Στρατηγική από τη σκοπιά του Manager. Αθήνα: Μ. Γκιούρδας

Ξενογλώσση

- Bönke, D. & Krömker, M. (1998). Effects of Electronic Commerce in Tourism. On Tour - Open Network for Tourism. Διαθέσιμο στο: http://www.biba.unibremen.de/projects/ontour/Publications/Papers/1998_Competing-Info-Society.pdf (τελευταία ημερομηνία προσπέλασης: 13/5/11)
- Buhalis D. & Laws E. (2001) Tourism Distribution Channels: Practices, Issues and Transformations London: Continuum
- Buhalis D. (2000) Relationships in the Distribution Channel of Tourism: Conflicts Between Hoteliers and Tour Operators in the Mediterranean Region Διαθέσιμο στο: <http://epubs.surrey.ac.uk/1082/1/fulltext.pdf> (τελευταία ημερομηνία προσπέλασης: 20/5/11).
- Das S. (2002) Global Distribution Systems in Present Times Four Major GDS Systems; Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan. Διαθέσιμο στο: http://www.hotel-online.com/News/PR2002_4th/Oct02_GDS.html (τελευταία ημερομηνία προσπέλασης: 20/5/11).
- Kanellopoulos, D. (2007). Etourism Services and Technologies: Current Issues and Trends. Τουριστικά Θέματα, Περιοδική Επιθεώρηση των Επιστημών του Τουρισμού. Διαθέσιμο στο: <http://www.dratte.gr/periodiko/tefxos1/3.pdf>. (τελευταία ημερομηνία προσπέλασης: 17/5/11).
- Kotler P. , Bowen J., Makens J. (1996) Marketing for Hospitality and Tourism New Jersey: Prentice Hall International
- Middleton, V. (1994). Marketing in Travel and Tourism. 2d ed. London: Heinemann
- Pease, W. & Rowe, M. (2006). An overview of Information Technology in the Tourism Industry. Διαθέσιμο στο: <http://eprints.usq.edu.au/245/1/Pease.pdf> (τελευταία ημερομηνία προσπέλασης: 19/5/11)

Ιστοσελίδες

Amadeus, Επίσημη ιστοσελίδα της εταιρείας.

<http://www.amadeus.com>

(τελευταία ημερομηνία προσπέλασης: 19/11/2011)

Booking, Επίσημη ιστοσελίδα της εταιρείας.

<http://www.booking.com>

(τελευταία ημερομηνία προσπέλασης: 22/11/2011)

cnnTraveller, Επίσημη ιστοσελίδα της εταιρείας.

<http://www.cnntraveller.com>

(τελευταία ημερομηνία προσπέλασης: 22/11/2011)

Expedia, Επίσημη ιστοσελίδα της εταιρείας.

<http://www.exepdia.com>

(τελευταία ημερομηνία προσπέλασης: 22/11/2011)

FAQs, Τι είναι το Internet Data Distribution System

<http://www.hotserve.gr/faq.html>

(τελευταία ημερομηνία προσπέλασης: 22/11/2011)

Galileo, Επίσημη ιστοσελίδα της εταιρείας

<http://www.travelport.com/lob/gds/galileo.aspx>

(τελευταία ημερομηνία προσπέλασης: 19/11/2011)

Hotels, Επίσημη ιστοσελίδα της εταιρείας.

<http://www.hotels.com>

(τελευταία ημερομηνία προσπέλασης: 22/11/2011)

Hotwire, Επίσημη ιστοσελίδα της εταιρείας.

<http://www.hotwire.com>

(τελευταία ημερομηνία προσπέλασης: 22/11/2011)

Internet Distribution Systems (IDS)

<http://www.hospitalityperformancegroup.com/index.php/distribution/42-ids/58-ids-internet-distribution-system.html>

(τελευταία ημερομηνία προσπέλασης: 22/11/2011)

Internet Distribution Systems (IDS)

<http://www.internet-distribution-systems-specialist.com/?p=internet-distributions-systems>

(τελευταία ημερομηνία προσπέλασης: 22/11/2011)

ITSA - the Interactive Travel Services Association, GDSs and LTDs

http://www.interactivetravel.org/IndustryBackground/Attachments/GDSs_and_LTDs_FAQs.pdf

(τελευταία ημερομηνία προσπέλασης: 14/5/2011)

Lastminute, Επίσημη ιστοσελίδα της εταιρείας.

<http://www.lastminute.com>

(τελευταία ημερομηνία προσπέλασης: 22/11/2011)

OpenJaw, Επίσημη ιστοσελίδα της εταιρείας

<http://www.openjawtech.com>,

(τελευταία ημερομηνία προσπέλασης: 24/5/2011)

Orbitz, Επίσημη ιστοσελίδα της εταιρείας.

<http://www.orbitz.com>

(τελευταία ημερομηνία προσπέλασης: 22/11/2011)

Sabre, Επίσημη ιστοσελίδα της εταιρείας

<http://www.sabre-holdings.com>

(τελευταία ημερομηνία προσπέλασης: 19/11/2011)

Travel Agency Technology Review: Amadeus

<http://www.genesys.net/Amadeus.pdf>

(τελευταία ημερομηνία προσπέλασης: 19/11/2011)

Traveling News - Η Travelport θα παρέχει το σύστημα κρατήσεων (GDS) Galileo απευθείας σε Ταξιδιωτικά Πρακτορεία στην Ελλάδα και την Κύπρο (21-12-2010)

<http://news.travelling.gr/2010/12/%CE%B7-travelport-%CE%B8%CE%B1-%CF%80%CE%B1%CF%81%CE%AD%CF%87%CE%B5%CE%B9-%CF%84%CE%BF-%CF%83%CF%8D%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BC%CE%B1-%CE%BA%CF%81%CE%B1%CF%84%CE%AE%CF%83%CE%B5%CF%89%CE%BD-gds-galileo/>

(τελευταία ημερομηνία προσπέλασης: 27/5/2011)

Travelocity, Επίσημη ιστοσελίδα της εταιρείας.

<http://www.travelocity.com>

(τελευταία ημερομηνία προσπέλασης: 22/11/2011)

Tripadvisor, Επίσημη ιστοσελίδα της εταιρείας.

<http://www.tripadvisor.com>

(τελευταία ημερομηνία προσπέλασης: 22/11/2011)

Venere, Επίσημη ιστοσελίδα της εταιρείας.

<http://www.venere.com>

(τελευταία ημερομηνία προσπέλασης: 22/11/2011)

Wikipedia, the free encyclopedia - Amadeus IT Group

http://en.wikipedia.org/wiki/Amadeus_IT_Group

(τελευταία ημερομηνία προσπέλασης: 26/5/2011)

Wikipedia, the free encyclopedia - Sabre (computer system)

http://en.wikipedia.org/wiki/Sabre_%28computer_system%29

(τελευταία ημερομηνία προσπέλασης: 27/5/2011)

Worldspan, Επίσημη ιστοσελίδα της εταιρείας

<http://www.travelport.com/lob/gds/Worldspan.aspx>

(τελευταία ημερομηνία προσπέλασης: 19/11/2011)

Εναλλακτικά συστήματα κρατήσεων με Pegasus (IDS, Internet Distribution Systems)

<http://www.net360.gr/el/services/gds-ids.html>

(τελευταία ημερομηνία προσπέλασης: 20/11/2011)

@Δικτυωθείτε, Ειδικό Αφιέρωμα eTourism: Το μέλλον της τουριστικής οικονομίας,

http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=1560

(τελευταία ημερομηνία προσπέλασης: 20/5/2011)