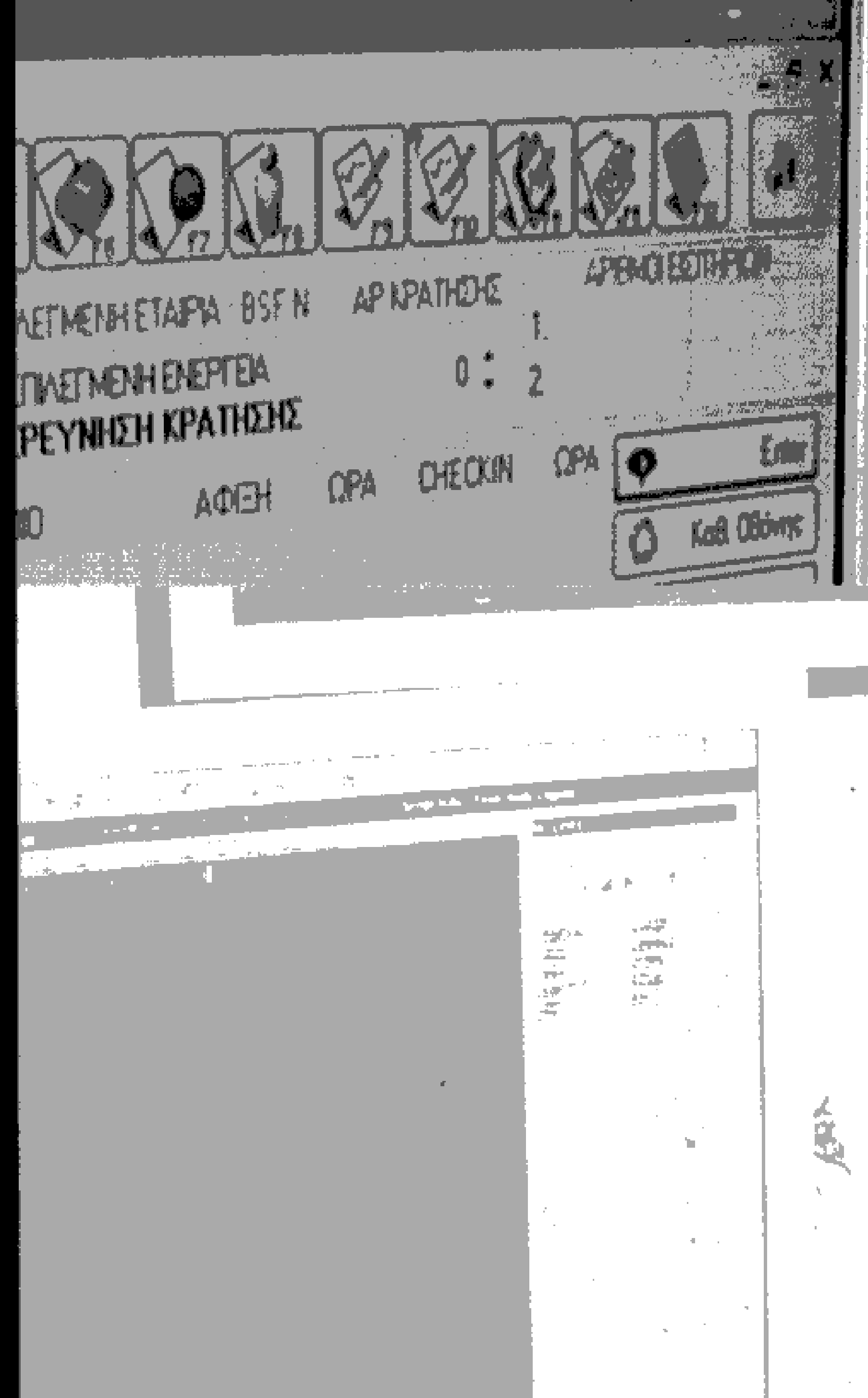


Συστήματα Ηλεκτρονικών Κρατήσεων στον Τουρισμό

ΑΠΟ ΤΑ CRSs ΣΤΑ GDSs

ΒΑΣΙΛΙΚΗ ΚΩΝ. ΚΑΤΣΩΝΗ



236 029 102 85
KAT

ΒΑΣΙΛΙΚΗ ΚΩΝ. ΚΑΤΣΩΝΗ

ΔΩΡΕΑ

Τ.Ε.Ι. ΑΘΗΝΑΣ
ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ
Αρ. εισ. 80050

Συστήματα Ηλεκτρονικών Κρατήσεων στον Τουρισμό Από τα CRSs στα GDSs



ΕΚΔΟΤΙΚΟΣ ΟΙΚΟΣ "INTERBOOKS"
ΙΠΠΟΚΡΑΤΟΥΣ 18, ΑΘΗΝΑ - 106 80
ΤΗΛ.: 210.36.33.629, FAX: 210.36.12.010

**ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ
ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ
ΑΠΟ ΤΑ CRSs ΣΤΑ GDSs
ΒΑΣΙΛΙΚΗ ΚΩΝ. ΚΑΤΣΩΝΗ**



© Copyright 2006
Βασιλική Κων. Κατσώνη
Εκδοτικός Οίκος "INTERBOOKS"
Ιπποκράτους 18, Αθήνα - 106 80

*Απαγορεύεται η αντιγραφή ή αναδημοσίευση ολόκληρου
ή μέρους αυτού του βιβλίου, με οποιαδήποτε μέθοδο κι αν
γίνει, χωρίς την έγγραφη συγκατάθεση του εκδότη.*

ISBN: 960-390-173-3

*Παραγωγή Films: PRESS LINE, Μάγερ 11, 104 38 Αθήνα, τηλ.: 210-52.25.479
Εξώφυλλο: Βαγγέλης Συρίγος
Εκτύπωση: Μ. Σπύρου & ΣΙΑ - Εκτυπώσεις Α.Ε., τηλ.: 210-51.48.698
Βιβλιοδεσία: Δημ. Κωνσταντίνου & ΣΙΑ Ο.Ε., τηλ.: 210-57.49.426
Επιμέλεια Έκδοσης: Στάθης Νικητόπουλος*

Στη μνήμη

*του πατέρα μου Κωνσταντίνου Κατσώνη
του συζύγου μου Νικολάου Γιούργαλη*

Περιεχόμενα

Διαγράμματα - Πίνακες 15

Πρόλογος 19

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Τουρισμός και Τεχνολογίες Πληροφοριών και Επικοινωνιών (I.C.T.)

Σκοπός 22

Προσδοκώμενα αποτελέσματα 22

Έννοιες - Κλειδιά 22

Εισαγωγικές παρατηρήσεις 22

Εισαγωγή 23

- 1.1. Ο ρόλος και η σημασία της πληροφορικής και των επικοινωνιών στην τουριστική βιομηχανία. 25
 - 1.1.1. Η δομή του τουριστικού κλάδου 26
 - 1.1.2. Η χρήση της πληροφορικής και των επικοινωνιών στις επιχειρήσεις του κλάδου 26
- 1.2. Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος, κατηγορίες τουριστικών πληροφοριών και στρατηγική διαχείρισής τους 28
 - 1.2.1. Η επανάσταση των I.C.T. και οι επιχειρησιακές διαδικασίες και πρακτικές 29
 - 1.2.2. Τα I.C.T. στον τουριστικό κλάδο 30
 - 1.2.3. Τα I.C.T. και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος 35
 - 1.2.4. Τα I.C.T., οι κατηγορίες των τουριστικών πληροφοριών και η στρατηγική διαχείρισής τους. 40
 - 1.2.5. Οι ροές πληροφοριών στην τουριστική βιομηχανία 46

1.3.	Οι ιστορικές εξελίξεις και η χρήση του I.C.T. στη βιομηχανία των αερογραμμών.	50
1.3.1.	Ο στρατηγικός και τακτικός ρόλος των I.C.T. για τις αερογραμμές	52
1.4.	E-commerce αεροπορικών εταιρειών: η επανάσταση στα κανάλια διανομής	54
1.4.1.	Οι αερογραμμές και η επανάσταση του Internet	56
1.4.2.	Πιθανές συγκρούσεις καναλιών διανομής	57
1.4.3.	Η κατάτμηση της αγοράς: η πιθανή λύση για αποφυγή συγκρούσεων	59
1.4.4.	Παρατηρήσεις συμπερασμάτων.	62
	Περίληψη	63
	Βιβλιογραφικές αναφορές	64

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Συστήματα Ηλεκτρονικών Κρατήσεων (Computer Reservation System – C.R.S.)

	Σκοπός	68
	Προσδοκώμενα αποτελέσματα	68
	Έννοιες - Κλειδιά	68
	Εισαγωγικές παρατηρήσεις	68
2.1.	Ιστορική αναδρομή στα C.R.S.	69
2.2.	Τι είναι τα Συστήματα Ηλεκτρονικών Κρατήσεων (Computer Reservation Systems, C.R.S.) και ποια η στρατηγική τους	76
2.3.	Ποια τα κριτήρια επιλογής ενός C.R.S.	79
2.4.	Επίδραση των C.R.S. στην τουριστική προσφορά και στην τουριστική ζήτηση	80
2.5.	Οι προκλήσεις για την εφαρμογή των C.R.S.	83
2.5.1.	Η λειτουργία σε πραγματικό χρόνο.	83
2.5.2.	Η γεωγραφική διεύρυνση δικτύου.	84
2.5.3.	Η εξασφάλιση συνεχούς λειτουργίας	85
2.5.4.	Τα αποθηκευτικά μέσα	86
2.6.	Ο μηχανολογικός εξοπλισμός ενός C.R.S.	87
2.7.	Βασικά χαρακτηριστικά ενός συστήματος κρατήσεων.	89
2.7.1.	Προγράμματα πτήσεων και διαθεσιμότητα	89
2.7.2.	Πληροφορίες για τους πελάτες	93

2.7.3.	Ναύλοι και κανονισμοί	94
2.7.4.	Έκδοση εισιτηρίων	95
2.7.5.	Αυτοματοποιημένες αναφορές	96
2.7.6.	Ευκολίες λόγω δυνατότητας λειτουργίας μέσω Windows.	96
2.7.7.	Άλλες ειδικές υπηρεσίες	97
2.8.	Η χρήση των C.R.S./G.D.S. ως εργαλείων marketing και η συμβολή τους στον ανταγωνισμό	98
	Περίληψη	101
	Βιβλιογραφικές αναφορές	101

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Παγκόσμια συστήματα διανομής (Global Distribution Systems) G.D.S.

	Σκοπός	104
	Προσδοκώμενα αποτελέσματα	104
	Έννοιες - Κλειδιά	104
	Εισαγωγικές παρατηρήσεις	104
3.1.	Εξέλιξη των C.R.S. σε G.D.S.	105
3.2.	Τρόπος λειτουργίας και υπηρεσίες που προσφέρουν τα Παγκόσμια Συστήματα Διανομής	107
3.3.	Τα Παγκόσμια Συστήματα Διανομής ως μεσάζοντες ανάμεσα στους προμηθευτές του τουρισμού και τα ταξιδιωτικά γραφεία.	113
3.3.1.	Η σημασία και ο ρόλος των καναλιών διανομής.	113
3.3.2.	Οι μεσάζοντες στον τουρισμό	117
3.3.3.	Συνοπτική παρουσίαση των νέων μεσολαβητών και μεσαζόντων στον e-Tourism	123
3.4.	Επιλογή συστήματος G.D.S. από ταξιδιωτικό πράκτορα	129
3.5.	Τα μειονεκτήματα από τη λειτουργία των G.D.S. στο οικονομικό περιβάλλον.	133
3.5.1.	Η δημιουργία εμποδίων για την είσοδο νέων επιχειρήσεων	133
3.5.2.	Περιορισμένη γεωγραφική διασπορά του δικτύου	135
3.5.3.	Η τάση για συνεργασία μεγάλων ταξιδιωτικών γραφείων με συγκεκριμένες αεροπορικές εταιρείες και, κατά συνέπεια, με συγκεκριμένο G.D.S.	136

3.5.4.	Η δυσκολία εφαρμογής του G.D.S. από μικρές επιχειρήσεις	136
3.6.	Τα πλεονεκτήματα από τη χρήση των G.D.S.	137
3.6.1.	Η ευκολία διανομής τουριστικών προϊόντων και πληροφοριών στους πελάτες τουριστικών πρακτορείων	137
3.6.2.	Ευκολία χρήσης μέσω γραφικού περιβάλλοντος των Windows	139
3.6.3.	Παραγωγή ποικιλίας προϊόντων	139
3.7.	Η σημερινή κατάσταση των Παγκοσμίων Καναλιών Διανομής – G.D.S.	140
3.8.	Γεωγραφική διασπορά των G.D.S.	142
	<i>Περίληψη</i> 144	
	<i>Βιβλιογραφικές αναφορές</i> 146	

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Συστήματα Ηλεκτρονικών Κρατήσεων και Internet

	<i>Σκοπός</i> 148	
	<i>Προσδοκώμενα αποτελέσματα</i> 148	
	<i>Έννοιες - Κλειδιά</i> 148	
	<i>Εισαγωγικές παρατηρήσεις</i> 148	
4.1.	Ιστορία του Internet	149
4.2.	Τι είναι το Internet και τι προσφέρει	151
4.3.	Τουρισμός και Internet.	156
4.3.1.	Χρήση του Internet και ηλεκτρονικού εμπορίου στον τουρισμό	160
4.3.2.	Διαδικασία ενεργειών για την πραγματοποίηση κράτησης μέσω C.R.S.	166
4.4.	Internet, G.D.S. και ταξιδιωτικοί πράκτορες	170
4.5.	Internet, αεροπορικές εταιρείες και G.D.S.	173
4.5.1.	Ιστοσελίδες αεροπορικών εταιρειών και πωλήσεις μέσω Internet	178
4.5.2.	Πωλήσεις ηλεκτρονικών αεροπορικών εισιτηρίων (e-tickets)	184
4.5.3.	Πληροφορίες απαραίτητες σε ένα καταναλωτή.	186
4.6.	Internet, G.D.S. και ξενοδοχεία	188

4.7. Μοντέλο ASP και εταιρείες παροχής υπηρεσιών κρατήσεων	197
--	-----

Περίληψη	199
Βιβλιογραφικές αναφορές	199

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Galileo International

Σκοπός	202
Προσδοκώμενα αποτελέσματα	202
Έννοιες - Κλειδιά	202
Εισαγωγικές παρατηρήσεις	202
5.1. Η δημιουργία του Galileo International	203
5.2. Παρουσίαση προϊόντων του Galileo International	205
5.2.1. Οι προμηθευτές	206
5.2.2. Οι συνδρομητές	206
5.2.3. Τοποθεσίες	206
5.2.4. Η οικονομική πορεία του Galileo International	207
5.2.5. Τα προϊόντα του Galileo International	209
5.2.6. Τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα του Galileo International	210
5.3. Η Galileo Hellas SA	210
Περίληψη	214
Βιβλιογραφικές αναφορές	215

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Sabre

Σκοπός	218
Προσδοκώμενα αποτελέσματα	218
Έννοιες - Κλειδιά	218
Εισαγωγικές παρατηρήσεις	218
6.1. Η δημιουργία του Sabre	219
6.2. Συνοπτικές πληροφορίες του Sabre	222
6.3. Υπηρεσίες Sabre	224
6.3.1. GetThere	224
6.3.2. Travelocity.com	224
6.3.3. Προϊόντα – Άλλα	224
6.3.4. Έρευνα και Ανάπτυξη	225

6.3.5. Το Sabre στην κοινότητα	225
6.3.6. Επικοινωνία	225
Περίληψη	226
Βιβλιογραφικές αναφορές	226

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: Amadeus

Σκοπός	228
Προσδοκώμενα αποτελέσματα	228
Έννοιες - Κλειδιά	228
Εισαγωγικές παρατηρήσεις	228
7.1. Δημιουργία του Amadeus	229
7.2. Το Amadeus ανά τον κόσμο	231
7.2.1. Το Amadeus παγκοσμίως	233
7.2.2. Περιοχές τοπικών γραφείων	234
7.3. Στρατηγική του Amadeus και τα προϊόντα του	234
7.3.1. Οι ειδικοί του ταξιδιωτικού κλάδου για την Ελλάδα και την Κύπρο	239
Περίληψη	240
Βιβλιογραφικές αναφορές	240

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: Worldspan

Σκοπός	242
Προσδοκώμενα αποτελέσματα	242
Έννοιες - Κλειδιά	242
Εισαγωγικές παρατηρήσεις	242
8.1. Η δημιουργία του Worldspan	243
8.2. Προϊόντα της Worldspan	247
8.2.1. Παγκόσμιο Ηλεκτρονικό Εμπόριο	247
8.2.2. Παγκόσμιες Υπηρεσίες Παροχής Ταξιδίων	248
8.2.3. Παγκόσμια Διανομή Ταξιδιού	248
8.2.4. Δυνατότητες Εκπαίδευσης	250
8.2.5. Άλλα προϊόντα και Υπηρεσίες	250
Περίληψη	252
Βιβλιογραφικές αναφορές	252

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: Τα συστήματα κρατήσεων στην Ελληνική Ναυτιλία

Σκοπός	254
Προσδοκώμενα αποτελέσματα	254
Έννοιες - Κλειδιά	254
Εισαγωγικές παρατηρήσεις	254
9.1. Η χρήση των συστημάτων πληροφορικής από τις ακτοπλοϊκές εταιρείες	255
9.2. Εταιρείες παροχής ακτοπλοϊκών υπηρεσιών μέσω Internet . .	258
9.3. Forth C.R.S. – Το μεγαλύτερο σύστημα κρατήσεων στην ελληνική ναυτιλία	260
9.3.1. Η δημιουργία της Forth C.R.S.	260
9.3.2. Οι υπηρεσίες και τα προϊόντα.	260
9.3.3. Ο συνδυασμός υπηρεσιών και προϊόντων	261
9.3.4. Η Forth C.R.S. στην ακτοπλοΐα	262
9.3.5. Οι ακτοπλοϊκές εταιρείες που συνεργάζονται με την Forth C.R.S.	263
9.3.6. Συνδυασμένες μεταφορές και υπηρεσίες για τον τουρισμό "Pack-n-go"	264
9.3.7. Η Forth C.R.S. στα ξενοδοχεία και τις σιδηροδρομικές γραμμές	265
9.3.8. Εφαρμογή του προγράμματος OpenSeas της Forth C.R.S. στις ακτοπλοϊκές εταιρείες	266
Περίληψη	268
Βιβλιογραφικές αναφορές	268

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10: Νομοθεσία που αφορά τα συστήματα ηλεκτρονικών κρατήσεων

Σκοπός	272
Προσδοκώμενα αποτελέσματα	272
Έννοιες - Κλειδιά	272
Εισαγωγικές παρατηρήσεις	272
10.1. Η νομοθεσία που αφορά τα συστήματα κρατήσεων των αεροπορικών εταιρειών	273
10.2. Οι κανονισμοί της Ευρωπαϊκής Κοινότητας για τα ηλεκτρονικά συστήματα κρατήσεων	274

10.3. Εφαρμογή του κανονισμού στο αυστριακό σύστημα TISCOVER	278
10.3.1. Η φάση της πληροφόρησης	279
10.3.2. Η φάση της διαπραγμάτευσης	279
10.3.3. Η φάση του διακανονισμού	279
10.3.4. Η κινητή πρόσβαση στο σύστημα TISCOVER	280
10.3.5. W@P – Η βασική τεχνολογία για την πραγματοποίηση της ασύρματης πρόσβασης	280
10.3.6. Πολυχρηστικότητα του συστήματος TISCOVER.	280
10.4. Η εφαρμογή των κανονισμών που αφορούν τα συστήματα κρατήσεων και τις κρατήσεις μέσω Internet	281
10.5. Η νομοθεσία που αφορά τα συστήματα κρατήσεων στη ναυτιλία.	283

Περίληψη 322

Βασικότεροι όροι C.R.S. και Αεροπορικής βιομηχανίας 323

Το Λεξικό του Internet - Τηλεπικοινωνιών 327

Βιβλιογραφία 331

Πρόλογος

Οι ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις του αιώνα που πέρασε, σε συνδιασμό με την αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος και χρόνου στον αναπτυγμένο κόσμο, είχε σαν αποτέλεσμα την μεγάλη αύξηση της διεθνούς τουριστικής δαπάνης, που αντιπροσωπεύει πλέον ένα σημαντικότατο μέρος των διεθνών οικονομικών συναλλαγών.

Στην Ελλάδα υπάρχει μεγάλη ανάγκη για άρτια εκπαιδευμένα στελέχη. Το παρόν βιβλίο προσπαθεί να καλύψει τις ανάγκες των φοιτητών, ιδιαίτερα των ΤΕΙ του τμήματος Τουριστικών Επιχειρήσεων, καθώς επίσης και των αντιστοίχων κλάδων ΙΕΚ, Σχολών Τουριστικών Επαγγελματιών, στελεχών και απασχολούμενων στον κλάδο, ώστε να τους εξοπλίσει με τις απαραίτητες σύγχρονες εξειδικευμένες γνώσεις.

Αθήνα, Σεπτέμβριος 2006