

Zastosowanie informatyki w turystyce

Laboratorium 6.

Temat: Komputerowe systemy rezerwacyjne

Współczesne realia funkcjonowania rynku branży turystycznej wymuszają na producentach usług turystycznych oraz organizatorach turystyki stosowanie najnowszych technologii informatycznych opartych na komunikacji w sieci Internet (Rajs 2008).

Firmy działające w branży turystycznej wykorzystują te technologie głównie w dwóch kierunkach:

1. Informowanie o swojej ofercie oraz jej reklamowanie.
2. Dokonywanie rezerwacji i transakcji internetowych.

Komputerowy system rezerwacyjny (ang. computer reservation system – CRS)

To system komputerowy służący do przechowywania i odczytywania informacji o dostępnych usługach oferowanych przez daną firmę oraz dokonywania ich sprzedaży za pośrednictwem sieci Internet. Komputerowe systemy rezerwacyjne zwykle są własnością pojedynczych producentów usług turystycznych – np. linii lotniczych, sieci hotelowych, wypożyczalni samochodów, turoperatorów – umożliwiają one wyszukiwanie i zakup usług świadczonych przez pojedyncze firmy.

Globalny system dystrybucyjny (ang. global distribution system – GDS)

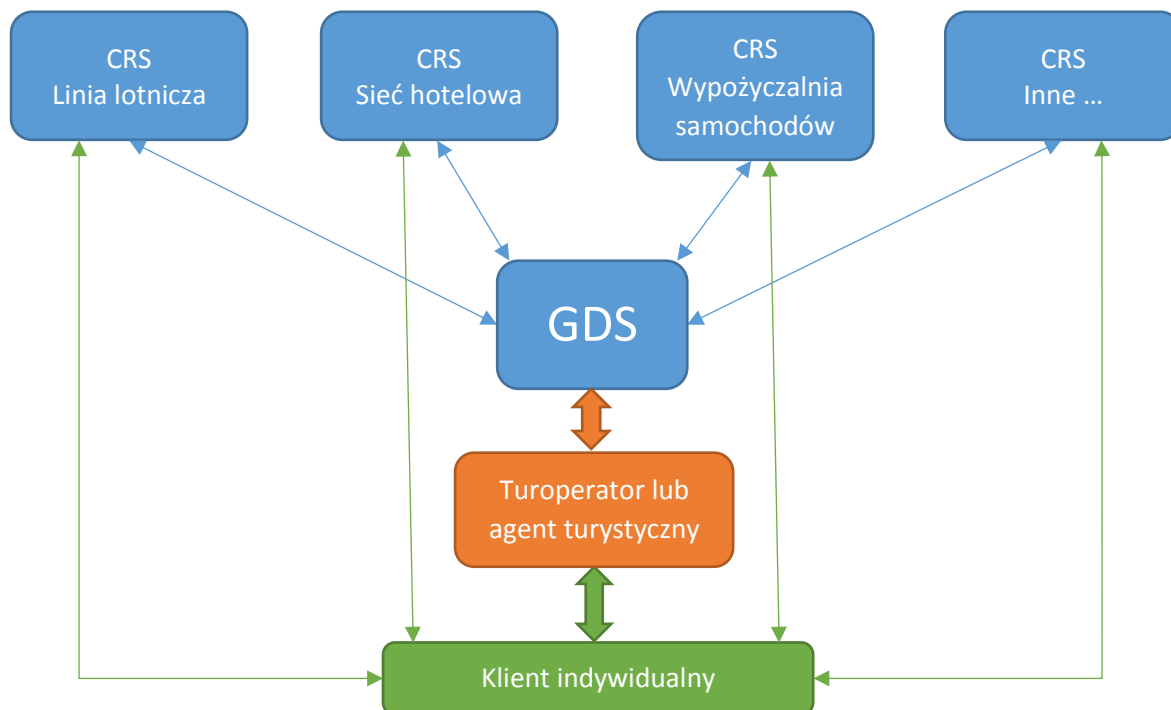
To system komputerowy, który pozwala na wyszukiwanie i porównywanie ofert różnych producentów usług turystycznych oraz dokonywanie transakcji pomiędzy nimi a biurami podróży (najczęściej turoperatorami i agentami). GDS'y podłączone są w czasie rzeczywistym do baz danych producentów usług turystycznych (czyli do komputerowych systemów rezerwacyjnych), z których na bieżąco aktualizują informacje, często posiadają też własne bazy danych. GDSy najczęściej umożliwiają wyszukiwanie i rezerwacje: biletów lotniczych, miejsc noclegowych, samochodów (za pośrednictwem wypożyczalni), biletów kolejowych i promowych dużych przewoźników.

Historycznie GDS'y wywodzą się z CRS'ów linii lotniczych, które następnie ewoluowały rozszerzając swoją ofertę o zakwaterowanie, wynajem samochodów i inne usługi turystyczne. Klientami globalnych systemów dystrybucji są turoperatorzy i agencje turystyczne (tradycyjne lub tylko internetowe), które ostatecznie umożliwiają pojedynczym klientom (turystom) wyszukanie, rezerwację i zakup usług turystycznych.

Biorąc pod uwagę stosunkowo wysoki narzut, jaki pobierają firmy zarządzające GDSami, Lufthansa w 2015 r. zdecydowała się wprowadzić dopłatę do biletów zakupionych za pośrednictwem GDS. Strategia ta ma na celu zachęcić klientów do korzystania ze sprzedaży bezpośredniej. Obecnie jednak nie wiadomo jak krok ten wpłynął na wyniki finansowe tej linii

lotniczej. Inne firmy są ostrożne w podejmowaniu takich działań – czekają na reakcję rynku aby ocenić, czy takie działanie opłaciło się Lufthansie.

Współcześnie, coraz więcej producentów usług turystycznych, poza udostępnianiem swojej oferty za pośrednictwem GDSów, umożliwia jednocześnie bezpośredni dostęp do niej klientom indywidualnym poprzez firmowe CRSy (Ryc. 1). Takie działania powodują zmniejszenie ilości pośredników pomiędzy klientem a producentem usługi, a tym samym redukują koszty. W tym wypadku zyskują na tym dwie strony – klient płaci mniej za usługę, a producent zyskuje więcej nie musząc ponosić opłat na rzecz GDS.



Ryc. 1. Schemat zależności pomiędzy komputerowymi systemami rezerwacyjnymi (CRS), globalnymi systemami dystrybucyjnymi (GDS), organizatorami turystyki i klientami indywidualnymi.

Współcześnie największe GDS'y to:

1. Sabre
2. Amadeus
3. Gallileo
4. Worldspan

Lietratura:

Rajs R., 2008, Komputerowe platformy rezerwacyjne w turystyce. Scientific Bulletin of Chełm. Section of Mathematics and Computer Science, No. 1.

Ćwiczenie do wykonania:

W zespołach wskazanych przez prowadzącego stwórz prezentację dotyczącą działalności jednego z czterech wymienionych wyżej globalnych systemów dystrybucji. W prezentacji tej uwzględnij następujące treści:

- a) historia powstania,
- b) zasięg geograficzny działania,
- c) możliwości rezerwacyjne,
- d) struktura organizacyjna firmy (struktura własności),
- e) udział w globalnym rynku, wyniki finansowe.