

7

旅遊業的 科技發展

想一想

現代人生活節奏緊張，大部分時間都放在工作和家庭上，有時甚至無暇計劃旅遊的事情，只好交由旅行社代辦，但回港後往往認為這不是心目中理想的旅程，心中想：「在繁忙的工作中，若足不出戶也能選擇和訂購家人喜愛的酒店房間、航機客位和主題樂園的門卷等，那就美妙極了！」

究竟現代科技能否做到上述要求呢？

本章目標

完成本章後，學生能夠

1. 說明現代科技如何協助旅遊業員工滿足顧客的需要；
2. 舉例說明現代科技如何為旅遊業帶來益處；
3. 了解全球分銷系統(GDS)的功能；
4. 描述旅行社、郵輪公司及航空公司所應用的電腦及全球分銷系統(GDS)的運作，及其對顧客及旅遊業所造成的影響；
5. 分析全球分銷系統(GDS)在處理旅客訂位、確認訂位和提供基本旅遊信息的角色及效益。

7.1 旅遊業的全球分銷系統(GDS)

7.1.1 全球分銷系統簡介

廣泛地被旅遊業界使用的全球分銷系統(Global Distribution System，簡稱GDS)，是近10年來發展最迅速的電子商務(e-Business)營銷網絡之一，專門用於航空、酒店及其他旅遊產品的預訂和銷售。

GDS對個別旅遊界別所引申的市場網絡關係極為重要，包括

- 酒店、租車公司、郵輪公司等可透過加入GDS網絡，銷售自己的產品；
- 旅行社及其他旅遊代理經連接入GDS終端後，可獲得GDS產品的分銷權；
- 旅遊消費者可通過旅遊代理直接預訂，購買GDS內的旅遊產品。

深入探討

全球分銷系統的歷史

GDS源於電腦化訂位系統(Computerized Reservation System，簡稱CRS)。CRS系統是不同的航空公司為方便航空公司與旅遊代理之間的連繫，故共同設計的訂位及票務系統。CRS是航空公司的分銷工具，主要提供行程、航空時間表、票價查詢、可預訂機位情況、即時訂位及發出票據等服務。目前，GDS的收入中只有10%來自非航空產品，這意味增值業務發展的潛力空間非常龐大。

CRS所延伸的網上預訂服務，對航空公司帶來不少好處：

- 可直接與消費者交易，顧客可直接於航空公司網站上預訂機票。此舉不單減少了依賴旅行社對顧客的直接營銷，同時亦無需向旅行社支付佣金。
- 航空公司可以利用自己的電子分銷渠道有效地控制定價及座位儲量。

7.1.2 全球為旅遊業提供GDS的公司

隨著網絡的蓬勃發展，四大全球GDS銷售系統應運而生，分別是Amadeus、Galileo、Sabre及Worldspan，現闡述如下：

Amadeus

Amadeus是最大的全球分銷系統，於1987年創立。它的前身是法國航空、西班牙航空、德國漢莎航空及北歐航空共同研發的歐洲全球分銷系統。

Galileo

Galileo分銷系統最初由英國航空、荷蘭航空、加拿大航空、美國航空及美國聯合航空等11間歐美主要航空公司合作而成。此系統與Amadeus差不多同時成立。Galileo分銷系統容許商務客戶透過互聯網進入Galileo預訂機票，系統自動把客戶的要求轉達客戶委托的旅遊代理出票。此舉不單可維護Galileo與旅遊代理的利益關係，亦能提昇及彰顯系統本身的效益。

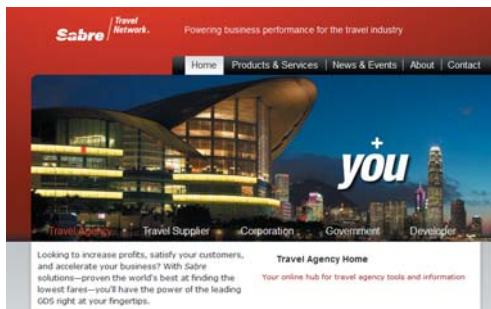


圖 7.1 Sabre官方網站



圖 7.2 Worldspan官方網站

Sabre

這套分銷系統是美國航空與電腦公司IBM合作於上世紀60年代建立的，開始時它的優勢在於企業旅遊預訂及其龐大的電話客戶服務，其後亦成為網上旅行社Travelocity的全球分銷系統。Sabre從最初的航空票務分銷商，逐漸發展成航空、旅行社及GDS電子商務技術供應為一體的綜合性全球分銷系統。

Worldspan

Worldspan是四大全球GDS銷售系統公司中規模最小的一間，成立於1990年，業務主要集中於美國及歐洲國家。

這四大分銷系統與全球不同的旅遊代理簽署合約，提供他們相關的電腦軟件及技術支援。旅遊代理可通過GDS系統為客人訂購機票，而有關航空公司則需因有關被訂購的航段繳費給GDS系統供應商。航空公司如直接利用GDS系統預訂及銷售機票予顧客，亦需繳費給GDS系統供應商。

7.1.3 GDS的原理

全球主要的酒店和航空公司都與GDS建立系統連接，向全球分銷其旅遊產品，GDS營銷的主要原理是「間接銷售」概念。它通過廣泛吸納具規模的酒店集團和航空公司等的旅遊產品資訊，並儲存在數據庫中，通過公司的CRS進入國際航空資訊集團所提供的數據網絡(SITA)，再與GDS連接。所有安裝GDS終端的旅行社便可向顧客營銷酒店和航空公司的產品，豐富了行銷渠道和資訊交流。下圖為GDS分銷系統的操作原理。

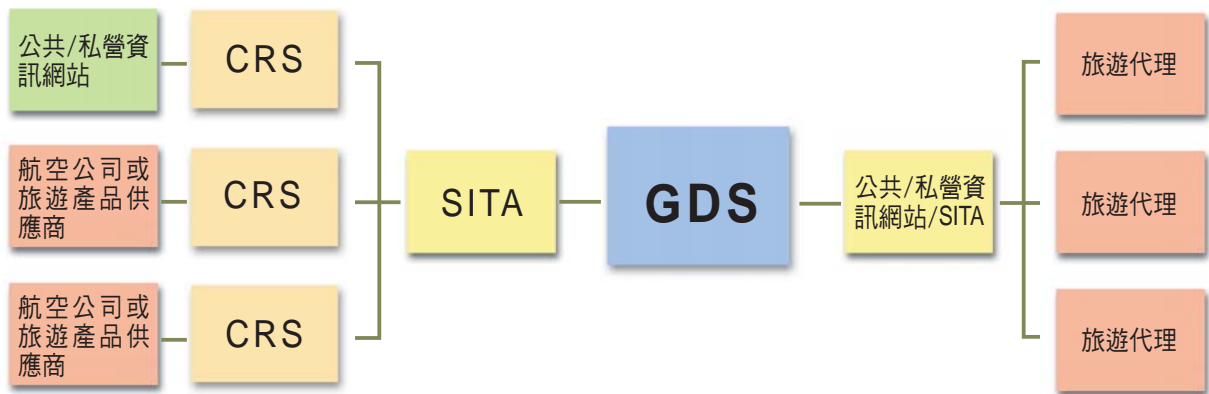


圖7.3 GDS分銷系統的操作原理

深入探討

GDS的起源和演變

航空界於上世紀60年代首創GDS，以整理並更新航班時間表、客位銷售情況及最新票價。現今，全球分銷系統主要以國際航空公司為龍頭機構，與大大小小的酒店集團、度假村、租車公司、鐵路公司、旅行社等旅遊相關企業達成聯盟，成為一個提供航班訂位、訂房、旅遊預訂等分銷與資料服務的綜合性系統。

本 概

7.1.4 全球分銷系統(GDS)的功能

GDS的發展主要是從美國到歐洲，繼而擴張到亞洲的巨型數據庫，GDS的網絡快速地擴展至全球各地，使更多企業願意加入成為賣方或代理方。GDS在全球各地調整經營策略，不斷提高系統附加價值，除原有的航班訂位功能外，更加入酒店訂房、郵輪行程訂購、火車訂位、旅遊保險訂購，更提供各類型的電子商貿方案，成為旅遊業界的主要行銷工具。這不單推動了市場的大整合，亦帶出全球經濟一體化的局面。

全球分銷系統的主要功能

顧客方面：

1. 提供基本旅遊產品的資訊及銷售情況，如酒店和航機的空位查詢功能、旅遊保險和租車查詢等；
2. 讓顧客與旅遊經銷商透過網絡直接聯繫，使他們可在任何時間於網上作出預訂，這交易模式較傳統的購買模式更便捷及更有自主權；
3. 能即時確認訂位情況，並輸出有關票據，例如電子機票和酒店訂房確認書等。

管理和營銷方面：

1. 酒店、航空公司和中介機構等企業能形成旅遊服務資源聯合體，建構網絡營銷聯盟，實行「共生營銷」策略；
2. 有助顧客資料整存，每位客人的預訂均有獨特的旅客訂位記錄 (Passenger Name Record, 簡稱PNR)，方便識別旅客、擷取過往記錄及完成訂位手續；
3. 能顯示詳細的票價限制及其他條款，方便資料搜索及更新；
4. 備有專為航空公司及旅遊代理而設的後勤支援系統，提供功能包括存貨控管、價格管理和數據儲存等。

本 樣

7.2 現代資訊科技對旅遊業界別的重要作用

現代資訊科技在旅遊業擔當重要的角色，電腦及全球分銷系統(GDS)等科技對旅遊業不同的界別起重要的作用，包括：

- 住宿業
- 運輸業
- 中介機構
- 與旅遊相關的服務業

電子商務(e-Business)把傳統的商務流程數碼化、網絡化，一方面代替了單據及實物流轉，大量降低運作成本；另一方面，網絡資訊技術令商務溝通更加準確快捷，大幅提高市場交易效率。

同時，顧客亦愈來愈重視掌握充分的旅遊產品資訊的權利，亦期望可享用迅速和精確的網上交易服務。