

BİLGİ TEKNOLOJİLERİNİN GELİŞİMİ, SEYAHAT İŞLETMELERİ VE KÜRESEL DAĞITIM SİSTEMİ ÖRNEĞİ

Gökçe YÜKSEK* gozer@anadolu.edu.tr

Bilgi teknolojileri ve küreselleşmenin beraberinde getirdiği değişimlerden seyahat işletmeleri de etkilenmektedir. Bilgi teknolojileri, işletmelerin rekabet üstünlüğü elde etmelerine yardımcı olmaktadır. 1980'li yıllarda gelişen küresel dağıtım sistemleri seyahat işletmeleri üzerinde önemi bir yere sahiptir. Bu sistemlere dâhil olmayan işletmeler ise ciddi sorunlar ile karşı karşıya kalmaktadır. Bu araştırmanın amacı seyahat işletmelerinde bilgi teknolojilerinin önemini önde gelen küresel dağıtım sistemlerinden biri olan Amadeus örneği ile değerlendirmektir. Betimsel analiz yapılan çalışmada literatür taranarak seyahat işletmelerinde bilgi teknolojilerinin rolü açıklanmıştır. Örnek olarak Amadeus incelenmiş ve küresel dağıtım sisteminin işleyişi değerlendirilmiştir. Amadeus, küresel seyahat ve turizm sektörünün önde gelen bir işlemci ve ileri teknoloji çözüm tedarikçisi olarak seyahat sağlayıcılarına ve seyahat acentalarına son teknoloji çözümler sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: BT, seyahat işletmeleri, küresel dağıtım sistemleri, Amadeus, turizm.

Development of information technologies, travel business and case of global distribution system: AMADEUS

Travel businesses are also being affected by alterations which information technologies and globalization bring along. Information technologies help businesses to gain a competitive edge. Global distribution systems improved during 1980s have an important position on travel businesses. Businesses do not participate in these systems encounter with serious problems. The aim of this study was to evaluate the importance of information technologies in travel businesses with the example of Amadeus, one of the leading global distribution systems. In the research descriptive analyzes used, the role of information technologies in travel businesses was explained by literature search. Study investigated the process of global distribution system by the example of global distribution system Amadeus. Amadeus is a leading transaction processor for the

* Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi Öğretim Üyesi.

Yüksek G.

global travel and tourism industry, providing transaction processing power and technology solutions to travel providers and travel agencies.

Keywords: IT, travel business, global distribution system, Amadeus, tourism.

JEL Codes: O30

1. GİRİŞ

Dünya; sermayenin uluslararası akışkanlığının artışı, ortaklıkların öneminin artması, sahiplik yapılarının değişmesi, stratejik işbirliklerinin önem kazanması ve ekonomik yapılardaki değişimle yeni bir sürece girmiştir. Bu süreç küreselleşme sürecidir. Küreselleşmenin temelini bilgi teknolojileri oluşturmaktadır. Bilgi teknolojileri işletmelere yeniliklerin izlenmesi, yönetim ve üretim süreçlerinde yenilikleri kullanma konusunda destek olmakta, karar alma süreçlerine ve kontrol süreçlerini düzenlemelerine katkıda bulunmaktadır. En dar anlamıyla bir bilgi sisteminin teknolojik yanını ifade eden bilgi teknolojileri, bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin gelişiminin bir sonucudur.

Yeni bilgi teknolojileri özellikle seyahat işletmelerinin verimliliğini yakından ilgilendirdiği gibi, işletmelerin rekabet güçlerinin artmasına, pazarlama faaliyetlerinin etkin olmasına yardımcı olmaktadır. Günümüzde gelişen bilgi teknolojilerine ayak uyduramayan işletmeleri faaliyetlerini sonlandırmaya gidecek kadar ciddi sorunlar beklemektedir.

Seyahat işletmeleri dünyada ki bu teknolojik gelişmelerden etkilenmekte ve bu gelişimlere ayak uydurmak için tedbirler almak zorundadır. Günümüzde özellikle son 10 yıldır seyahat endüstrisinde tartışılan konulardan biri; küreselleşmenin ve beraberinde getirdiği İnternet teknolojisinin seyahat işletmelerini nasıl etkileyeceğidir. Özellikle İnternet teknolojisinin seyahat acentalarının kapanmasına neden olacağı görüşü ağırlık kazanmışsa da günümüzde, bu teknolojiyi bir avantaja çeviren pek çok seyahat acentasından bahsetmek mümkündür.

1980'li yıllarda geliştirilen küresel dağıtım sistemleri, bu sistemin içine dâhil olan turizm ve seyahat işletmelerine büyük avantajlar sağlamış ve sağlamaya da devam etmektedir. Fakat 90'lı yıllarda gelişen İnternet teknolojisinin de bu sistemlerin yerine geçeceği görüşü ortaya çıkmışken bugün küresel dağıtım sistemlerinin de gelişen teknoloji ile değişime uğradığı hatta pek çok internet üzerinden seyahat arz eden işletmenin teknoloji sağlayıcısı konumunda olduğu görülmektedir.

Bu çalışmada dünyanın önde gelen küresel dağıtım sistemlerinden biri olan Amadeus örnek olarak alınmış ve küresel dağıtım sistemlerinin seyahat işletmeleri üzerindeki rolü incelenerek değerlendirilmiştir.

2. BİLGİ TOPLUMU, BİLGİ TEKNOLOJİLERİNİN GELİŞİMİ VE TURİZM

Dünyada değişim hızlanmıştır. Değişim sonucu bilgi toplumu denilen bir toplum ortaya çıkmıştır. Bilgi toplumunda, en güncel bilgiye, en güncel teknolojiye ulaşan, başarıya daha kolay ulaşabilmektedir. Ancak değişim ve bilgide sınır bulunmamaktadır. Her gün yukarıya doğru tırmanma devam etmektedir. Bunun için değişimi ve bilgi birikimini devamlı izlemek gereklidir. Çağdaş iletişim tekniklerini bilmek ve kullanmak mecburiyetinin doğduğu günümüzde, artık pek çok şeyin de şeffaflaştığı görülmektedir. Bilgiye ulaşmayı bilen, oturduğu yerden zaman ve para harcamadan istediği bilgiyi elde edebilmektedir (Sabancı, 1998). Bilgi toplumu, 1950 ve 1960'lı yıllarda A.B.D., Japonya, Batı Avrupa ülkeleri gibi gelişmiş ülkelerde bilgi teknolojilerinin giderek artan bir şekilde kullanımıyla ortaya çıkmış bir aşamadır. Gelişmiş ülkelerde şekillenen bu aşamanın en önemli özelliği, bilginin ve bilgi teknolojilerinin tarım, sanayi, hizmetler sektörlerinin yanı sıra eğitim, sağlık, iletişim gibi her alanda kullanılabilir olmasıdır. Bu nedenle, bilgi toplumdaki gelişmeler kısa sürede üretimin ve verimliliği artırmasına yol açmakta ve yeni teknolojik, ekonomik, sosyal ve kültürel gelişmeleri de teşvik etmektedir. Bilgi toplumdaki tüm bu gelişmeler diğer dünya ülkelerini de kısa zamanda etkisi altına almış ve uluslararası alanda ekonomik, siyasal, sosyal ve kültürel alanda entegrasyonu beraberinde getirmiştir (Aktan & Tunç, 1998: 120).

İçinde yaşadığımız yüzyılda teknoloji, uluslararası ekonomik ve siyasal ilişkileri ve toplumların zenginlik düzeylerini belirlemede en önemli unsurlardan biridir. 19. yüzyılın sonlarında teknolojik gelişmelerle birlikte tarım toplumundan sanayi toplumuna geçilirken, 20. yüzyılın ikinci yarısında hızla gelişen ileri teknolojilerle birlikte sanayi toplumunun yerini bilgi toplumu almıştır.

İşletmelerin küresel pazarda rekabet edebilmeleri büyük ölçüde yeni gelişmelere uyum sağlayabilmelerine bağlı görünmektedir. İşletmelerin büyük miktarlarda bilgiyi ele geçirebilmeleri, saklayabilmeleri ve işleyebilmeleri onlara rekabetçi bir avantaj sağlamaktadır. Bilgiye hızla ulaşan, işleyen, yönetsel çıktıya ve eyleme dönüştürebilen işletmeler varlığını sürdürebilmenin yanında rekabet ortamında diğer işletmelerin önüne geçme koşullarını da sağlamış olacaktır. Koşulların hızla değiştiği, bilginin değerinin her geçen gün arttığı bir çevrede işletme için gerekli bilgilerin toplanması, saklanması, işlenmesi süreçleri bilgi teknolojileri kullanımını zorunlu kılmaktadır. Teknoloji bu anlamda, işletme yönetim, üretim,

Yüksek G.

kalite süreçlerinin verimli ve etkin kılınmasına olanak sağlamaktadır (Yolal, 2003: 8).

Bilgi teknolojilerinin başlangıcı, bilgi, bilgisayar ve iletişim arasındaki ilişkiye dayanmaktadır. Düşünen ve işlem yapabilen makineler yapma düşüncesi çok eskilerden beri var olmuştur. Mekanik bilgi işleme araçları olarak, Blaise Pascal'ın (1640) aritmetiksel işlemler yapan makinesinden, Joseph Marie Jacquard'ın (1804) özdevimli mekanik hesaplayıcısında, Herman Hollerith'in (1880) delikli kartlarına dek uzanan gelişim evriminin elektronik ilk halkasını 1946 yılında ortaya çıkan ENIAC (Electronic Numerical Integrator and Calculator) oluşturmuştur (Erdoğan & Erdoğan; 1996: 18).

Buhalis (1998), bilgi teknolojilerini bilginin elde edilmesi, analizi, depolanması, yayılması ve uygulanmasında yararlanan bilgisayar, elektronik ve iletişim teknolojilerindeki son gelişmeleri tümünü ifade eden bir kavram olarak tanımlamaktadır. Makroekonomik düzeyde bilgi teknolojileri bir bölgenin küresel pazarda rekabet gücünün yanında refah ve gelişmişlik seviyesini belirleyen bir araç haline gelmiştir. Mikro ekonomik düzeyde ise, bilgi teknolojileri stratejik yönetimin ve işletme yönetiminin bütün fonksiyonlarını etkilerken işletmelerin rekabet gücünü de belirlemektedir.

Bilgi teknolojileri günümüzde turizm işletmeleri için, turistik ürünlerin tanımlanması, tanıtımı, dağıtılması ve bir araya getirilmesi, organize edilerek tüketiciye sunulmasında sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmede stratejik bir silah haline gelmiştir (Buhalis & Main; 1998).

Turizm işletmelerinin, potansiyel tüketiciler için büyük miktarlarda bilgi toplama ve yayma ihtiyacı, bu işletmeleri bilişim teknolojisini kullanmada en önemli aday haline getirmektedir. Bu işletmelerin heterojen doğası, bilgi-iletişim teknolojileri kullanımının sektörden sektöre ve sektör içindeki işletmeden işletmeye değişim göstermesi anlamına gelmektedir (Mutch, 1995).

Bilgi teknolojilerinin gelişmesi, özellikle verimli işbirliği sağlaması ve gerçek bir küreselleşme için araçlar sunması dolayısıyla, turizm endüstrisi yöneticileri için yeni uygulama alanları doğurmuştur. Günlük faaliyetlerin temel olduğu işletmelerde bilginin yaratılması, toplanması, işlenmesi ve iletilmesinin hayati önem taşımasından dolayı; bilgi teknolojileri beklenmedik bir şekilde turizm işletmelerinin en önemli elemanlarından biri haline gelmiştir. Yani; hem turizm arzının hem de turizm talebinin hızlı gelişimi, bilgi teknolojilerini endüstrinin zorunlu bir ortağı haline getirmiştir ve bu nedenle bilgi teknolojileri, turizm pazarlaması, dağıtımı, tutundurması ve koordinasyonunda artan bir şekilde önemli bir rol oynamaktadır (Coşkun & Yüksek, 2010).

Turizm sektörü de teknolojik devrime bağlı gelişen değişimlerden etkilenmiştir. Bilginin, turizm sektörü çok önemli olması, bilgi teknolojilerinin sektörde kullanılması büyük avantajlar sağlamaktadır. Turistik ürün ve hizmetlerin, satın alınmadan önce satış noktasında incelenme olanağı yoktur. Tüketilmeden önce ve tüketileceği yerden farklı bir yerde satın alınırlar. Bu yüzden turistik hizmetlerin tüketiciyi çekebilmesi, turizm işletmelerin sunduklarını hizmeti tanıtmalarına bağlıdır. Tüketici beklentilerine uygun, doğru ve güncel bilgi turistlerin tatmini için çok önemlidir. Bilgi teknolojileri turizm sektörünün gereksinim duyduğu bilgi altyapısını sunmaktadır.

Yeni teknolojiler turizm işletmelerinin faaliyetlerini yürütme şekillerini, iletişim yöntemlerini, tüketicilerin bilgi arama ve turistik hizmet ve ürün satın alma yollarını değiştirmektedir. Turizm işletmeleri bilgisayarlı rezervasyon sistemleri –CRS- ve elektronik satış noktaları gibi rezervasyon ve bilgi yönetim sistemleri kullanmaya, küresel dağıtım sistemlerinin içinde yer almaya başlamışlardır. İnternet, turizm işletmelerinin faaliyetlerinde belki de önemli bir araç haline gelmiştir. Yeni teknolojiler turizm işletmelerini rekabet güçlerini artırabilmek için yeniden yapılanma süreçlerini uygulamak gibi kimi arayışlara itmektedir.

3. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Küresel dağıtım sistemlerinin dağıtım alanları ve teknoloji hızla gelişmektedir. Bu gelişmelerin tüketici davranışlarındaki eğilimin de değişmesi ile birlikte küresel dağıtım sistemlerini nasıl etkileyeceği tartışılmaktadır (Kugun vd., 2007, Buhalis, 1998, Gale,2006). Dağıtım kanallarındaki değişim seyahat işletmelerinin rolünün değiştirmeye başlamıştır. Sadece seyahat işletmelerinin rolü değil, küresel dağıtım sistemleri de gelişen teknoloji ile kendi rollerini değiştirmek ve çeşitlendirmek zorunda kalmışlardır. Bu çalışmanın amacı küresel dağıtım sistemlerinin kuruldukları ilk günden günümüze gelişim sürecini ve seyahat işletmeleri üzerindeki rollerini inceleyerek, önemlerini dünyada önde gelen küresel dağıtım sistemlerinden biri olan Amadeus örneği ile değerlendirmektir. Araştırmada betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Dört aşamadan oluşan (Yıldırım & Şimşek, 2006: 224) bu çalışmada analiz için bir çerçeve oluşturulmuştur. Literatür tarama ve görüşme yöntemi ile küresel dağıtım sistemlerinin gelişimi, değişimi ve seyahat işletmelerinin üzerinde oynadıkları rolü belirlemeye yönelik olarak çizilen bu kavramsal çerçeve dâhilinde; konu ile ilgili yapılan bilimsel çalışmalar incelenmiş, Amadeus Satış Pazarlama Müdürü Uğur Atay ile görüşülerek doküman ve bilgi elde edilmiştir. Analizin ikinci aşamasında bilimsel veriler tarihsel süreç doğrultusunda derlenmiş, kavramsal çerçeve dışında kalan veriler elenmiştir. Üçüncü aşamada ise verilerden elde edilen bulgular yazılmıştır. Bu aşamada Amadeus örneği üzerinden gidilerek küresel dağıtım sistemlerinin önemine ve seyahat işletmeleri üzerindeki rollerine

Yüksek G.

yönelik bulgular tanımlanmıştır. Son aşamada ise elde edilen bulgular yorumlanarak değerlendirme yapılmıştır.

4. SEYAHAT İŞLETMELERİNDE BİLGİ TEKNOLOJİLERİNİN ROLÜ

Seyahat işletmeleri perakendeci satış acentaları ile toptancı seyahat acentaları ve tur operatörlerini ifade eder. Bu işletmeler tüketicilere turistik ürün ve hizmetleri bir arada ya da ayrı ayrı sunan kuruluşlardır. Günümüzde seyahat işletmelerinin çoğu bilgi teknolojilerinin olanaklarından faydalanmaktadır. Zira sürdürülebilir rekabetin olmazsa olmazı olan teknoloji seyahat işletmelerinin de vazgeçilmez unsuru olmuştur.

Bilgi teknolojilerinin seyahat işletmeleri üzerindeki etkisi pek çok yazar tarafından tartışılmaktadır (Buhalis, 1998; Cooper vd., 1998; Adams, 2002; Kurgun vd., 2007; Yılmaz & Yılmaz, 2004). Buhalis (1998) çalışmasında bilgi teknolojilerinin işletmelerin stratejik yönetim ve pazarlama çabaları üzerindeki etkilerini belirterek, bilgi teknolojilerinin seyahat endüstrisinde hem operasyon hem de dağıtım düzeyinde ciddi değişimlere yol açtığını vurgulamaktadır. Adams (2002) geleceğin teknolojilerinin seyahat işletmelerini nasıl etkileyeceği hakkında müşteri tatmini odaklı, çift yönlü iletişimin temel alındığı modellere duyulacak ihtiyacı dile getirmiştir. Yine Kurgun vd. (2007) yaptıkları çalışmada Buhalis gibi turizm pazarlamasında küresel dağıtım sistemlerinin stratejik rolü olduğunu belirtmişlerdir. Yılmaz ve Yılmaz (2004) ise küreselleşmenin ve bilgi teknolojilerinin turizm endüstrisi üzerindeki etkilerini İnternetin rolünü dikkate alarak incelemişlerdir.

Birkan (1998), Pemberton vd. (2001) ve Zhou (2004)'nun belirttikleri üzere; bilgisayarların, 1950'lerdeki seyahat sektörüne, elverişli ve hızlı bir sistem olan "Merkezi Rezervasyon Sistemleri" ile hızlı girişi, günümüzde var olan bilgisayar teknolojisi ile seyahat acentalarındaki işlemlerin, en iyi şekilde, en kısa zamanda en az maliyetle ve kesin rezervasyonlu olarak gerçekleşmesine olanak tanıyan "Küresel Dağıtım Sistemleri" ile devam etmiştir (Haçer ve Ataman, 2006). 1970'lerde Merkezi Rezervasyon Sistemleri, 1980'lerde ise Küresel Dağıtım Sistemleri gelişmiş olup bunları 1990'lı yıllarda İnternet izlemiştir. Merkezi rezervasyon sistemleri ve küresel dağıtım sistemleri; seyahat, konaklama, eğlence hizmetleri, turistik çekim bölgeleri ve tatil paketleri gibi bilgileri içerir. Bu hizmetler aynı zamanda büyük derecede esnekliğe izin vermektedir. Müşterilerin son anda rezervasyonlarını gerçekleştirerek ve bu rezervasyonların da hızlı bir şekilde onaylanmasını gerçekleştirebilmektedirler. Bilgi sistemleri aynı zamanda pazar araştırmaları ile müşteri isteklerinin anlaşılması için yardımcı olmaktadır (Buhalis, 1998). Ayrıca, bilgi sistemleri seyahat işletmelerinin verimliliği ve kârlılığı üzerinde önemli bir role sahiptir.

IBM ve American Airlines ortaklığı ile geliştirilen, daha sonra Yarı Otomatik İş Araştırma Ortamı adıyla (Semi- Automated Business Research Environment/ SABRE) faaliyetlerine devam eden ilk merkezi rezervasyon sisteminin rezervasyon programları; havayolu şirketlerinde, havayolu personelinin, koltuk müsaitliğinin daha etkin yönetilebilmesini sağlamıştır (Zhou, 2003: 157).

Buhalis (1998), havayolu şirketleri tarafından kullanılmaya başlayan bilgisayarlı rezervasyon sistemleri yeni seyahat pazarlaması ve dağıtım sistemini oluştururken elektronik çağın da başlangıcı olarak görüldüğünü ifade etmektedir. Bilgisayarlı rezervasyon sistemleri, satış büroları ve satış ortaklarına elektronik dağıtımını gerçekleştiren ve turizm işletmelerinin stoklarını yürüten bir veri bankasıdır. Bilgisayarlı rezervasyon sistemleri turizm işletmesi yöneticilerinin getiri yönetimi uygulamalarını kolaylaştırırken turistik ürünlerin küresel ölçekte kontrolü, tanıtımı ve satışını sağlamaktadır. Diğer dağıtım kanallarına göre bilgisayarlı rezervasyon sistemleri rekabete uygun komisyon oranları belirlenmesini sağladığından, arz ve talep dalgalanmalarını karşılayacak esnek fiyatlandırma ve kapasite düzenlemelerine olanak vermektedir (Kurgun vd., 2007).

Günümüzde artık elektronik iletişim ağının her geçen gün güncelliğinin artması seyahat işletmeleri ile ilgili pek çok konuda turistlere kolaylık sağlamaktadır. Bu kolaylıklardan bazıları (Yarcan, 1998: 64);

- Rezervasyonların gerçekleştirilmesi,
- Uçak biletlerinin otomatik bilet satış makinelerinden alınması,
- Seyahat ile ilgili her türlü bilginin sağlanması (turistik ürün hakkında, döviz kurları vb.) olarak sayılabilir.

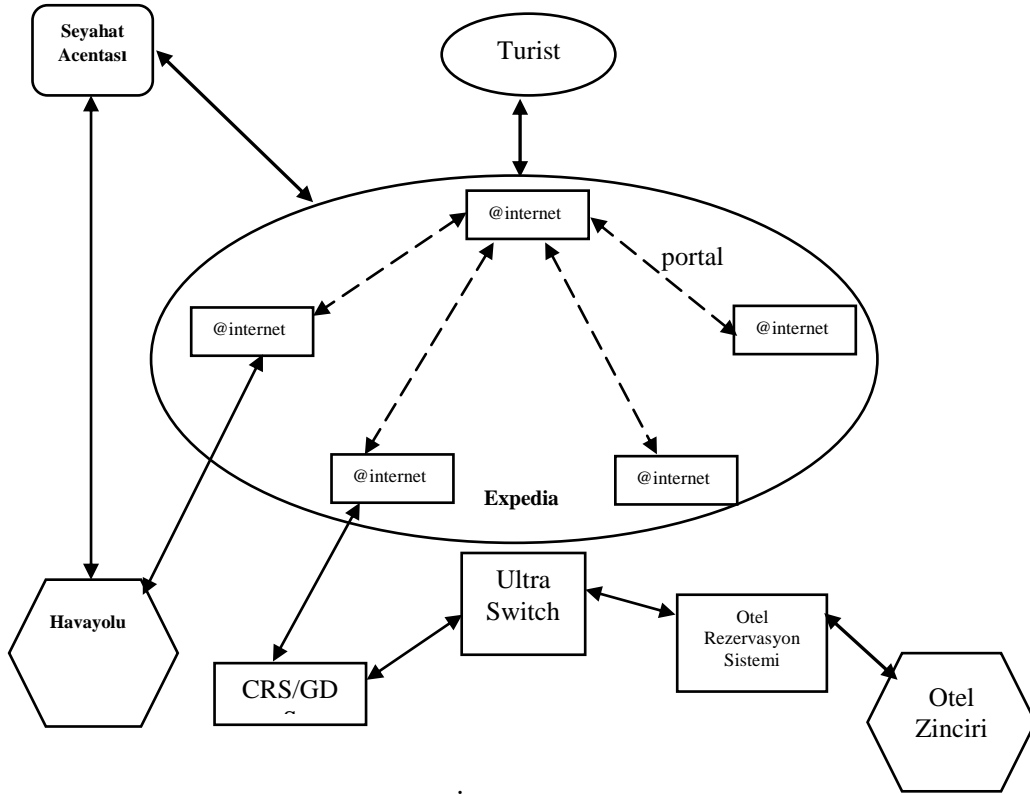
5. KÜRESEL DAĞITIM SİSTEMLERİNİN (GLOBAL DISTRIBUTION SYSTEM-GDS)GELİŞİMİ

Seyahat işletmelerinde bilgi teknolojilerinin gelişimi konusunda bilgisayarlı rezervasyon sisteminden sonra küresel dağıtım sistemleri gelmektedir. Küresel dağıtım sistemleri, farklı rezervasyon sistemlerinin birleşmesiyle (havayolu işletmeleri, tur operatörleri, oteller, araba kiralama şirketleri vb.) ortaya çıkan sistemlerdir (Yarcan, 1998: 117). Küresel dağıtım sistemi kavramı, ürün dağıtımını ve dünyanın farklı ülkelerindeki sistemlere dâhil olmak için bir veya daha fazla merkezi rezervasyon sistemini ifade etmektedir. Dağıtım, turizm işletmelerinin rekabet gücünü ve performansını artırmasını sağlayan pazarlama karmasının önemli elemanlarından biridir. Doğru pazarlama karmasının doğru pazar dilimlerine doğru araçlar ile dağıtımını uzun dönemli başarı açısından önemlidir. 21. yüzyılda bilinen en etkin dağıtım sistemi düşük maliyet olanağı sağlayan küresel dağıtım sistemleridir. Küresel bilgi veri tabanı uygulamaları sadece

Yüksek G.

seyahat pazarında değil, birçok alanda gelişmiştir. Küresel Veri Uyumlaştırma (Global Data Synchronization – GDS) tedarik zinciri üzerinde etkinlik artışı yanında birçok başka faydalarda yaratmıştır. Küresel veri uyumlaştırma sistemi paketlenmiş gıda ve perakende sektöründe taşıma maliyetlerinde tasarruf ve yüksek gelir arısı etkisi sağlamıştır (Kurgun vd., 2007: 265). Küresel dağıtım sistemleri, işletmelerin maliyetlerini azaltırken verimliliklerini arttırmaktadır.

Küresel dağıtım sistemleri çok sayıda işletme ile bağlantılıdır ki bu gerçekten karmaşık bir yapıdır (Şekil 1.) Bu karmaşık görünen yapıya rağmen küresel dağıtım sistemleri sistematikğin sağlanmasında, bilgi aktarımında, iletişim sağlanmasında arz ve talep sağlayıcılarını karşılaştıran çok önemli sistemlerdir.



Şekil 1. Küresel Dağıtım Sisteminde İşleyiş

Kaynak: Kurgun vd. 2007, 268.

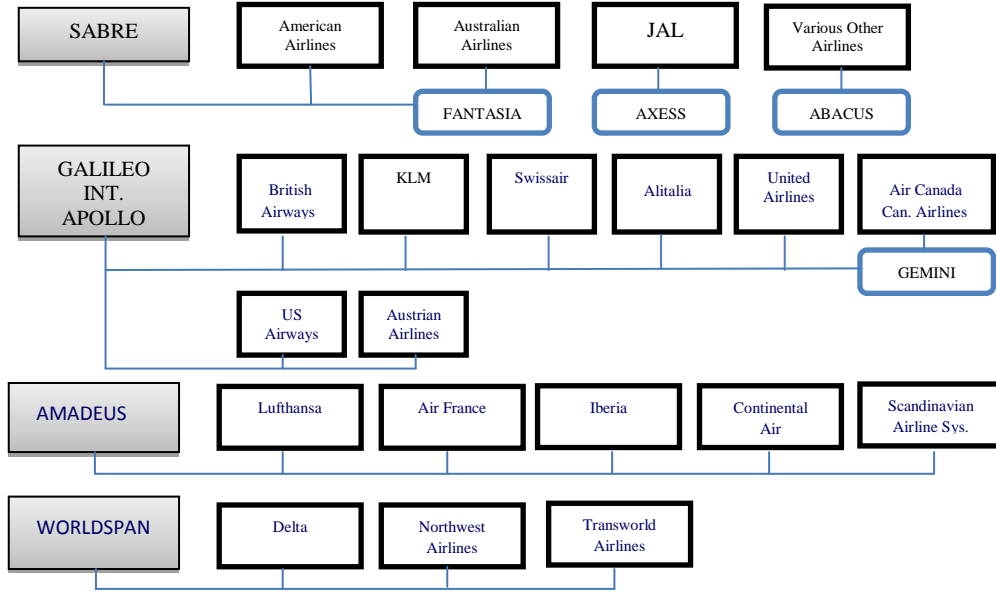
Küresel dağıtım sistemlerinin seyahat işletmelerine sağladığı faydaları;

- Biletleme,
- Rezervasyon,
- Satış,
- Havayollarının uçuş bilgilerine kolay erişim,

- Uçuş kurallarını anında görebilme,
- Son an iptallerinin ya da değişikliklerinin anında yapılabilmesi,
- En düşük fiyatı takip edip uygulayabilme olanağı,
- Oto kiralama olanağı sağlama,
- Sisteme dâhil konaklama işletmelerinin rezervasyonlarını yapabilme olarak sayabiliriz.

Küresel dağıtım sistemlerinden sonra 1990'lı yıllarda gelişen İnternet teknolojisi seyahat işletmelerine ayrı bir ivme kazandırmıştır. Bu yolla işletmeler turistik ürünlerinin tanıtım ve satışlarını İnternet üzerinden yapmaya başlamışlardır. İnternetin hızlı gelişimi dağıtım kanallarının maliyetlerini düşürmüştür. İnternet kullanımının yaygınlaşması seyahat acentalarının geleceğine yönelik tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Reinders & Baker (1997) yaptıkları çalışmalarında seyahat acentalarının %20'sinin kapanacağını ya da büyük seyahat acentaları ile birleşeceğini belirtmişlerdir. O yıllardan günümüze seyahat endüstrisinde uluslararasılaşma gerçekten de hızla artmış bugün de satın alma işbirliklerinin hızla devam ettiği görülmektedir. Fakat seyahat acentalarının tamamen ortadan kalkmasının söz konusu olmayacağını savunanlar da bulunmaktadır. O'Connor (1999) seyahat acentalarının tüketicilere sağladığı bilgi, sundukları deneyim nedeni ile büyüme ve gelişimin devam edeceğini belirtmiştir. Birçok araştırmacı İnternet'in seyahat acentalarının rolünü değiştireceğini savunmuşlardır. Bugün değişen rollerin arkasında yine küresel dağıtım şirketlerini görmek mümkündür. Özelliğini yitireceği düşünülen küresel dağıtım şirketleri bugün sadece seyahat işletmelerine yukarıda tanımladığımız hizmet olanaklarını sunmamakta, aynı zamanda pek çok havayolunun, seyahat işletmesinin ve İnternet üzerinden satış yapan (bilet, oda) firmaların alt yapılarını desteklemektedir. Yine tur operatörlerine outgoing turlarında rezervasyon ve alt yapı sağlayıcılığı görevi üstlenmektedir. Küresel dağıtım endüstrisinde, küresel pazarın hâkimi olan pek çok dağıtım sistemleri arasında ciddi bir rekabet vardır. Amadeus, Galileo, Sabre ve Worldspan bu pazarın hâkimi olan en önemli dört sistemdir. Şekil 2'de bu 4 küresel dağıtım sisteminin kuruluş yapıları görülmektedir. Bu çalışmada Amadeus incelenmiştir.

Yüksek G.



Şekil 2. Küresel Dağıtım Sistemlerinin Kuruluş Yapıları

Kaynak: Venema, M. (2011). Global Distribution System, Netherlands.

6. KÜRESEL DAĞITIM SİSTEMLERİNE BİR ÖRNEK: AMADEUS

Amadeus Genel Bilgiler

Amadeus, turizm sektöründe, rezervasyon ve bilgi ihtiyacını karşılamak üzere Elektronik Rezervasyon Dağıtım Sistemi olarak 1987 yılında Air France, Iberia, Lufthansa ve SAS ortaklığı ile kurulmuştur. Seyahat sağlayıcıları ve seyahat acentaları için araştırma, fiyatlandırma, rezervasyon ve bilet satış hizmetlerinin yanı sıra gerçek zamanlı hareket hizmeti sunmaktadır. Amadeus grubunun dünya çapında 123 milliyetten 9.899 çalışanı bulunmaktadır (Atay, 2013). Amadeus küresel seyahat ve turizm sektörünün önde gelen bir işlemci ve ileri teknoloji çözüm tedarikçisi olarak seyahat sağlayıcılarına ve seyahat acentalarına çözümler sunmaktadır. Amadeus dağıtım iş kolu kanalının; seyahat sağlayıcılarına ve seyahat acentalarına gerçek zamanlı arama, ücretlendirme, rezervasyon ve biletleme çözümleri bulunmaktadır. IT çözümleri iş kolu kanalıyla seyahat sağlayıcıların rezervasyon, envanter yönetimi ve kalkış kontrol yönetimi gibi belirli kritik iş süreçlerinin yönetilmesini sağlamaktadır. Amadeus'un Madrid'de genel merkez ve pazarlama ofisi, Nice'de (Ürün Geliştirme) ve Erding'te (Operasyonlar – Veri İşleme Merkezi) diğer merkezleri bulunmaktadır. Ayrıca Miami, Buenos Aires, Bangkok ve Dubai'de bölgesel ofisleri bulunmaktadır. Pazar düzeyinde, Amadeus, 195 ülkeyi kapsayan 73 yerel

Amadeus ticari kuruluşu aracılığıyla müşteri faaliyetlerini yürütmektedir (Amadeus, 2013).

Müşteri grupları arasında havayolları (geleneksel, yerel, düşük maliyetli ve charter havayolları), oteller (zincir ve bağımsız oteller), tur operatörleri, sigorta şirketleri, kara ve deniz taşıma şirketleri (araba kiralama şirketleri, demiryolu şirketleri, feribot ve gemi seferleri) olmak üzere seyahat sağlayıcılar, seyahat satıcıları olarak seyahat acentaları (geleneksel ve online) ve seyahat satın alanlar (kurumlar ve seyahat edenler) bulunmaktadır. Amadeus'un hizmet üreticileri; 731 uçuş tarifesi bulunan havayolu, 463 rezervasyon yapılabilen havayolu, 134 Amadeus "Sistem Kullanıcısı" olan havayolu, 26 araç kiralama şirketi, 86,422 otel ve 18 tane de kruvaziyer şirketinden oluşmaktadır. Toplam 104,474 seyahat acentası, 36,643 havayolu satış ofisi ve 36,000 araba kiralama şirketinde bu sistem kullanılmaktadır (Atay, 2013). Amadeus'un dünya genelinde 16 AR&GE merkezi mevcuttur. Nice, Londra, Sidney, Antwerp, Aachen, Frankfurt, Boston, Miami, Toronto, Strasburg, Tucson, Bangalor, Bogota, Varşova, İstanbul ve Bangkok'taki AR&GE merkezlerinde, toplamda 4500'den fazla çalışan hizmet vermektedir (Amadeus, 2013).

Amadeus 2010 verilerine göre dünyada diğer GDS'lerin içinde en yüksek Pazar payına sahip küresel dağıtım sistemidir. Amadeus'un diğer GDS'ler ile birlikte Pazar payları Tablo 1'de görülmektedir.

Tablo 1. GDS Küresel Pazar Paylaşımı

GDS	2010
Amadeus	%37
Galileo/Apollo Birleşerek	%30
Sabre*	%28
Abacus*	%5

*Sabre ve Abacus Ortak girişim (Joint Venture) ile işbirliği yapmışlardır.

Kaynak: Fitzgerald, C. (2011). Who is the biggest GDS?

Ülkemizde de 1992 yılından bu yana on-line çalışmaya başlamış ve 1993 yılında Türkiye'de ilk Amadeus terminalleri bağlanmıştır. Sadece seyahat işletmeleri değil günümüzde neredeyse turizm ve seyahat eğitimi veren üniversite düzeyindeki okulların çoğunda ders olarak okutulmakta ve öğrencilere sertifika vermektedir.

Yukarıda verilen bilgiler ışığında Amadeus, en yüksek pazar payına sahip küresel dağıtım sistemi olması sebebi ile bu araştırmaya örnek olarak seçilmiştir.

Yüksek G.

Amadeus Ürünleri

Amadeus seyahat endüstrisi hizmet sağlayıcılarının, seyahat acentelerinin ve internet üzerinden seyahatini online olarak satın alan yolcuların seçtiği teknoloji ortağıdır. Sağladığı dağıtım, IT ve satış noktası çözümleriyle Amadeus müşterilerinin hızla değişmekte olan seyahat endüstrisine uyum sağlamasına, büyümesine ve başarılı olmasına destek olur. Amadeus'un müşterilerini seyahat sağlayıcıları (havayolları, oteller, rent a car firmaları, demir yolu şirketleri, feribot, kruvaziyer, sigorta şirketleri ve tur operatörleri) , seyahat acentaları ve seyahat eden kişi ve kurumlar oluşturur. Amadeus çözümlerini dört grup altında sunmaktadır: Dağıtım ve Kapsam, Satış ve E-ticaret, İş Yönetimi, Servis ve Danışmanlık. Amadeus bu çözümleri sunarken kullandığı ürünler: Amadeus Selling Platform, Amadeus Araba, Amadeus Otel, Amadeus Otel Plus, Amadeus Hotel Store, Amadeus World Commission Manager, Amadeus Value Pricer, Amadeus Best Pricer, Amadeus Interface Record, Amadeus Information Management Record, Amadeus Quality Control, Amadeus Service Fee Manager, Amadeus SMS, Amadeus Müşteri Dosyaları, Amadeus UETTR, Amadeus e-Power, Amadeus Eğitim, Amadeus e-Support Centre, Amadeus Checkmytirp, Amadeus Elektronik Biletleme, Amadeus E-Mail olarak sayılabilir (Atay, 2013).

Amadeus'un Seyahat İşletmeleri Üzerindeki Rolü

Seyahat işletmeleri Amadeus ile ulaşım ve konaklama rezervasyonları yapabilmektedirler. Bugün pek çok havayolu biletlerinin yanında tren biletleri bile bu sistem ile kesilebilmektedir. Sadece tüm dünyada küresel firmalarla değil yerel bazda da işletmelere destek hizmetler sunmaktadır. Örneğin ülkemizde yerel olarak Atlas Jet ve Varan Turizm bu sistem içinde bulunmaktadır. Küresel dağıtım sistemleri, kullanan seyahat acentalarına, bağlı olan işletmelere ve müşterilere çeşitli avantajlar getirmektedir.

Seyahat acentaları, Amadeus sayesinde müşterilerine daha hızlı ve kaliteli hizmet sunma imkânına sahip olabilmektedir. Ulaşılan bilgilerin kesinliği ve kapsamının çok geniş olması seyahat acentalarının sunabileceği alternatifleri arttırmaktadır. Klasik yöntemler ile yapılan rezervasyonlarda, seyahat acentaları çok sayıda telefon görüşmesi yapmak ve daha fazla personel çalıştırmak durumundadır. Ancak Amadeus kullanılarak daha az zamanda kesin bilgilere ulaşılarak rezervasyonlar gerçekleştirilebilmektedir. Finansal maliyetlerin dışında klasik yöntemler zaman kaybına da neden olmaktadır. Tüm bu maliyetlerden sistem sayesinde kurtulmak mümkündür.

Amadeus'un uluslararası alanda hizmet veren acentalar için işlemleri kolaylaştırarak dünyayı küçülttüğünü söylemek mümkündür. Oluşturduğu

iletişim ağı ile sürekli ve kesin bilgi elde etmek mümkündür. Turistik ürünü oluşturan unsurların bir arada sunulması ve müşteriler için zaman kaybını azaltması, farklı seçenekleri karşılaştırma olanağı sağlaması; seyahat acentalarının satış ve pazarlama faaliyetlerini kolaylaştırmakta ve etkinleştirmektedir. Bu nedenle acentaların satışları artmakta, komisyonlardan elde ettikleri gelir yükselmekte ve pazar payı büyümektedir.

Bağlı işletmelere uluslararası düzeyde tanıtım, satış yapma ve çok sayıda tüketiciye ulaşma olanağı sağlayan Amadeus, aynı zamanda farklı ülkelerdeki işletmeler arasında hızlı ve kesin bir iletişim imkânı sunmaktadır. Ayrıca bu işletmelerin yabancı işletmeler ile rekabet etmesine de olanak tanımaktadır. Bağlı işletmelerin kendilerine gelen rezervasyon taleplerini kontrol etme, onaylama ve seyahat acentasına bilgi verme gibi işlemleri zaman harcamadan sistem üzerinde anında gerçekleştirmeleri de sistem aracılığı ile mümkün olmaktadır. Rezervasyonların merkezileşmesi, işletme içi denetimi de kolaylaştırmaktadır.

Müşteriler için ise Amadeus'un en büyük avantajı, çok sayıda seçenek sunması ve karşılaştırma yapmaya olanak tanınmasıdır. Seyahat ile ilgili tüm talepleri karşılaması, müşterilerin seyahat organizasyonu için vakit harcamalarını önlemekte ve garantili rezervasyonlar ile sorun yaşamalarını engellemektedir. Ayrıca İnternet üzerinden rezervasyon yapma olanağı, müşterilere herhangi bir aracıya ihtiyaç olmaksızın bireysel olarak seyahat planlarını hazırlama ve özgürce seçim yapma şansı da tanımaktadır.

Amadeus'un sürekli gelişen turizm endüstrisinde seyahat acentalarına sağladığı avantajlarının yanı sıra bir takım dezavantajları da söz konusudur. Sistemin kuruluş maliyetinin çok yüksek olması, küçük acentaların bu olanaklardan yoksun kalmasına ve rekabet avantajını yitirmesine neden olmaktadır. Acentadaki Amadeus terminal sayısını arttırmak ve taahhüt edilen satış rakamına ulaşmamak ek maliyetler getirmektedir. Ayrıca bu sistemi kullanabilmesi için personelin iyi bir eğitimden geçmesi gerekmektedir. Bu eğitimler acentaların zaman kaybı ve maliyet yükünü de beraberinde getirmektedir.

Dünyanın en büyük küresel dağıtım sistemlerinden birisi olan Amadeus, teknolojinin güncelleştirilmesini, satışları arttırmak için faaliyetlerin daha etkin hale getirilmesini sağlamaktır.

Amadeus İnternet teknolojisinin gelişimi ile yeni sistemler geliştirerek, kendi sistemine dâhil olan firmalara da kolaylıklar sunmaktadır.

Ancak tüm bu avantajların yanı sıra seyahat acentalarına getirdiği bazı dezavantajlar da söz konusudur. Bu dezavantajların ilki, GDS sistemlerinin kuruluş maliyetlerinin yüksek olmasıdır. Bu nedenle küçük acentaları genellikle

Yüksek G.

bu fırsattan faydalanamamaktadır. Bu da rekabet avantajından yoksun olmalarına sebep olmaktadır. Dezavantajlardan bir diğeri de sistemi satın alan acentanın personeline bu eğitimi aldirmek zorunda olmasından kaynaklanan zaman kaybı ve maliyet yükünün doğmasıdır. Yine seyahat işletmeleri terminal sayılarını arttırmak istediklerinde bu onlara ek bir maliyet getirmektedir.

7. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Son yirmi yılda hızla gelişen ve yaygınlaşan bilgi teknolojileri, uluslararası alandaki değişim sürecinde, küreselleşmeyi hızlandırmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojileri sayesinde bilgisayarlar, dijital donanımlar, akıllı telefonlar, tabletler, vb. gibi yeni ürün ve hizmetlerin ortaya çıkışı toplam üretimi artırmakta ve yeni iş olanakları yaratmaktadır. İnternet yoluyla yapılan e-ticaret, dijital reklam, sınır-ötesi üretim, yeni pazarlama teknikleri, yeni organizasyon ve yönetim teknikleri ile ekonomik etkinlik artmaktadır.

Gelişmekte olan ülkelerin kalkınmasında turizmin önemi sürekli vurgulanmaktadır. Turizm de yeni ekonomik sürecin bir parçasıdır. Bu süreç içinde turizm de yaşanan gelişmelerden etkilenmektedir.

Dünya seyahat endüstrisi, büyük değişimlerle karşılaşmaktadır ve bu alanda faaliyet gösteren şirketler için rekabet güçlerini korumanın tek yolu çevrelerindeki değişim ve eğilimleri yakından izlemektir. Aynı şekilde, rekabetçi dünya turizmi ortamında turizm pastasından büyük pay almak isteyen ülkelerin de yeni ekonominin getirdiği değişimleri yakından izleyerek turizm politikalarını o yönde oluşturmaları gerekmektedir.

Seyahat işletmelerinin gelişen bilgi teknolojilerinden faydalanmasına verilecek örneklerden biri de küresel dağıtım sistemleridir. Küresel dağıtım sistemleri, sürekli değişen ve gelişen turizm endüstrisi koşullarında oluşturulmuş ve endüstriye gerekli tüm bilgileri sağlamak için çalışan sistemlerdir. Bu sistemlerin ortak özelliği turistik ürün ve hizmetlerin bileşenlerini, rezervasyonu yapacak olan seyahat acentaları ya da bireyler için bir araya getirmesidir. Başlangıçta yalnızca seyahat acentalarına kullandığı sistemler olarak ortaya çıkmasına rağmen bugün İnternet'in yaygınlık ve işlerlik kazanması ile müşterilerin de bireysel olarak kullanabildiği bir sistem halini almıştır.

Amadeus, küresel dağıtım sistemlerinin en büyük ve en önemlilerinden birisidir. Amadeus'un sağladığı teknik destek ile acentaların endüstriye ve sisteme ilişkin sorunları profesyonelce ele alınarak çözüme kavuşturulmaktadır. İnternet üzerinden bireysel müşterilere de ulaşabilen Amadeus, ulaşım, konaklama, araba kiralama ve pek çok farklı hizmet sunan işletmeleri bir araya getirerek müşterilerin çeşitli alternatifler arasından kendilerine en uygun seçeneği

bulmasına yardımcı olmaktadır. Aynı zamanda pek çok e-ticaret yapan seyahat işletmesine teknolojik altyapı sağlamak ve destek vermektedir.

Küresel dağıtım sistemleri, 1990'lı yıllardan itibaren sürekli bir gelişme ve yeni teknolojiye ayak uydurma eğilimi göstermektedir. İşletmelere getirdiği ek maliyetlerin yanında sağladığı faydalar düşünüldüğünde, seyahat endüstrisinde faaliyetlerin geleneksel yöntemlere göre kolaylaştığı söylenebilir. Amadeus destekli yapılan bir araştırma raporu göstermektedir ki; gelecekte kullanılacak teknoloji ve inovasyonun değiştireceği altı başlıktan söz edilebilir. Bunlar (Amadeus, 2013);

- Yeni dönem seyahat tecrübesi
- Otomatik transit geçiş
- Yeni ödeme sistemleri
- Akıllı tavsiyeler
- Seyahatten stresi uzaklaştırma
- İş amaçlı seyahat edenler üzerinde odaklanmıştır.

Teknoloji ve seyahat endüstrisi gelişmeye devam ettikçe küresel dağıtım sistemleri ve dolayısı ile Amadeus'un da gelişmeye devam edeceği ve günün koşullarına göre şekil alacağı beklenmektedir. Çünkü teknolojinin ilerlemesi ve ihtiyaçların çeşitlenmesi bu sistemleri gelişmeye zorlamaktadır.

KAYNAKÇA

- Adams, B.(2002). HITEC Panels cover futurists, guest-satisfaction issues, *Hotel & Motel Management*, Ağustos, (148).
- Aktan, C.C. & Tunç, M. (1998). Bilgi Toplumu ve Türkiye, *Yeni Türkiye Dergisi*, Ocak-Şubat, 118-134.
- Amadeus (2013). <http://www.amadeus.com/tr>
- Atay, U. (2013). Amadeus Ankara Bölgesi Satış ve Pazarlama Müdürü ile yapılan görüşme.
- Buhalis, D. & Main, H. (1998). Information Technology in Peripheral Small and Medium Hospitality Enterprises: Strategic Analysis and Critical Factors, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol.10, No.5, 198-202.
- Buhalis, D. (1998). Strategic Use of Information in the Tourism Industry, *Tourism Management*, Vol.19, No.5, 409-421.
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbrth, D. & Hill, S. (1998). *Tourism: Principles and Practises*, (Ed. Rebecca Shepherd) Essex: Longman.
- Coşkun, İ.O. & Yüksek, G. (2010). Turizm İşletmelerinde Bilgi Teknolojileri *TÜROFED*, Sayı 51.

Yüksek G.

- Erdoğan, M. & Erdoğan, N. (1996). *Muhasebede Bilgisayar Kullanımı*, Eskişehir.
- Fitzgerald, C. (2011). Who is the biggest GDS? 14.05.2013 tarihinde <http://blog.solutionz.com/2011/06/who-is-biggest-gds.html> adresinden erişildi.
- Gale, D. (2006). What's Next for the CRS?, *Hotels*, Vol.40, No.7,67-68. ISSN:1047-2975.
- Kurgun, A. & Kurgun, H. & Güripek, E. (2007). Turizm Pazarlamasında Küresel Dağıtım Sisteminin (Global Distribution System- GDS) Stratejik Rolü, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 9, Sayı: 1, 262-274. 07.01.2013 tarihinde <http://www.sbe.deu.edu.tr/dergi/cilt9.say%C4%B11/9.1%20kurgun%20kurgun%20g%C3%BCripek.pdf> adresinden erişildi.
- Mutch, A. (1995). IT and Small Tourism Enterprises: A Case Study of Cottage-Letting Agencies, *Tourism Management*, Vol.16, No.7, 533-539.
- O'Connor, P. (1999). *Electronics Information Distribution in Tourism and Hospitality*. CAB International, Oxford, UK.
- Reinders, J. & Baker, M. (1997). *The Future for Direct Retailing of Travel and Tourism Products: The Influence of Information Technology*, Proceedings of The International Conference on Information and Communication Technologies in Tourism, Edinburgh, Scotland, 119-127.
- Sabancı, S. (1998). *Başarı Şimdi Aslanın Ağzında*, İstanbul: Mart Yayınları.
- Venema, M. (2011). Global Distribution System, Netherlands. 14.05.2013 tarihinde <http://www.slideshare.net/magielsr/gds-overview-1232798141856259-2-2359117> adresinden erişildi.
- Yarcan, Y. (1998). *Türkiye'de Turizm ve Uluslararasılaşma*, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Matbaası.
- Yılmaz, B. S. & Yılmaz, Ö.D. (2004). Küreselleşme ve Bilgi Teknolojilerinin Turizm Endüstrisine Etkileri, 1. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi, 15-16 Nisan, Balıkesir. 03.01.2013 tarihinde http://tre.docdat.com/tw_files2/urls_53/7/d-6624/7z-docs/6.pdf adresinden erişildi.
- Yolal, M. (2003). *Türkiye'deki Küçük ve Orta Büyüklükteki Konaklama İşletmelerinde Bilgi Teknolojileri Kullanımı*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Zhou, Z. (2003). *E-Commerce and Information Technology in Hospitality and Tourism*, California: Thomson Delmar Learning.