

## กรณีศึกษา SABRE System

สายการบิน American Airline ได้พัฒนาระบบจองบัตรโดยสารเครื่องบินชื่อ SABRE ซึ่งเป็นระบบตัวอย่างอันยอดเยี่ยมที่ได้ผ่านคลื่นของนวัตกรรมมาห้าคลื่นด้วยกัน

คลื่นลูกที่ 1 และ 2 ระบบ SABRE ได้รับการพัฒนาขึ้นในตอนกลางทศวรรษ 1960 เพื่อลดต้นทุนในการสำรองที่นั่งเครื่องบินและเพื่อให้ระบบนี้เป็นทรัพย์สินที่สำคัญของสายการบิน ระบบนี้ทำให้สายการบิน American Airline เปลี่ยนระบบสำรองที่นั่งเครื่องบินจากระบบที่ใช้มือดำเนินการไปสู่ระบบที่ใช้คอมพิวเตอร์ควบคุม

คลื่นลูกที่สาม ในตอนกลางทศวรรษที่ 1970 สายการบิน American Airline ได้นำเสนอระบบนี้ต่อเอเยนต์ขายบัตรโดยสาร เพื่อให้สามารถสำรองที่นั่งได้โดยตรงผ่านระบบออนไลน์ สายการบิน American Airline ยังเพิ่มฟังก์ชันบางอย่างให้กับเอเยนต์ที่สำคัญ เช่น ให้สามารถเตรียมกำหนดการเดินทางได้ ระบบ SABRE เป็นข้อเสนอที่มีลักษณะชนะทั้งคู่ เอเยนต์ชอบความสามารถในการสำรองที่นั่งได้โดยตรง และสายการบินก็ได้สามารถป้องกันไม่ให้เอเยนต์หันไปใช้ระบบของสายการบินอื่น

คลื่นลูกที่สี่ ในช่วงปลายทศวรรษ 1970 สายการบินอเมริกันแอร์ไลน์ได้ขยายระบบการสำรองที่นั่งไปสู่ระบบสำรองรถเช่าและโรงแรมโดยการเป็นพันธมิตรกับผู้ประกอบการเหล่านั้น โดยวิธีนี้สายการบินอเมริกันแอร์ไลน์ได้เปลี่ยนตัวเอง รวมทั้งอุตสาหกรรมการบิน จากการให้บริการการบินไปสู่การให้บริการการเดินทาง ในระยะเดียวกันนั้น สายการบินอเมริกันแอร์ไลน์ยังได้เพิ่มระบบการจัดการเข้าไปในระบบ SABRE ด้วย ทำให้บริษัทสามารถปรับเปลี่ยนราคาบัตรโดยสารเพื่อให้ได้รายรับสูงสุด

คลื่นลูกที่ห้า ในปี 1980 สายการบินอเมริกันแอร์ไลน์ได้ขยายบริการไปสู่ผู้บริโภคในสองด้านด้วยกัน ในด้านแรกสายการบินได้นำระบบ EAASY SABRE ออกใช้ ระบบนี้เป็นระบบที่ผู้บริโภคสามารถใช้เครื่องพีซีเข้ามาใช้บริการสำรองที่นั่งได้โดยตรง นอกจากนั้นยังเริ่มนำโปรแกรม Frequent Flyer มาใช้ ระบบนี้เรียกว่า AAdvantage ทำหน้าที่เชิญชวนให้ผู้โดยสารอยากบินกับสายการบิน American Airline มากขึ้นเพราะจะได้คะแนนโบนัสสำหรับเก็บไว้ได้บัตรโดยสารฟรี นอกจากนั้นยังเป็นพันธมิตรกับระบบบัตรเครดิตของธนาคารซีทีแบงก์ และ MCI ทำให้สมาชิกของ AAdvantage ได้รับไมล์สะสมจากการใช้บัตรเครดิตและโทรศัพท์ของ MCI

ตัวอย่างนี้แสดงให้เห็นชัดว่าผู้บริหารระดับสูงจะต้องเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยในทันทีที่ระบบ SABRE ก้าวเข้าสู่คลื่นลูกที่สามที่กำลังทำกำไรมากขึ้นด้วยการนำระบบไปสู่มีลูกค้าที่เป็นเอเยนต์สาย

การบิน นี่ก็คือหัวใจของการดำเนินงานธุรกิจ และเป็นงานที่ต้องอาศัยการนำทางของผู้บริหารธุรกิจ ไม่ใช่ของผู้บริหารระบบสารสนเทศ

คำถามให้พิจารณา

- เราจะนำแนวคิดของ American Airline ไปใช้กับระบบอื่นได้หรือไม่ โดยวิธีใด
- อะไรคือความสำเร็จของระบบ SABRE