

DOI: <https://doi.org/10.36719/2789-6919/20/53-56>

Rövzə Şaməmmədli
Bakı Dövlət Universiteti
magistrant
rovzash@gmail.com

TURİZM SFERASINDA İNFORMASIYA TEXNOLOGİYALARININ TƏTBİQİ ƏSASLARI

Xülasə

Müasir texnologiyalar, ilk növbədə informasiya və rabitə texnologiyası (İKT), turizm sənayesinin gələcək istiqamətinin və inkişaf tempinin müəyyən edilməsində, aparıcı rola malikdir. İKT turizm bazarında tələb və təklif tərəfləri arasında yeni əlaqələrin qurulmasında yaxından iştirak edir. İKT-nin turizm sənayesinə inteqrasiyası turizm müəssisəsinin uğuru üçün vacibdir. İKT fərdin istənilən vaxt istənilən yerdən turizm məhsulları haqqında məlumat əldə etməsinə şərait yaradır. Əslində, İnformasiya Texnologiyaları təkcə turizmin inkişafında mühüm rol oynamayıb, həm də turizm fenomenini dünyanın hər yerinə yayaraq səyahəti daha təhlükəsiz etmişdir. Turizm müəssisələri mobil kompüterlər, veb texnologiyaları və s. meydana çıxdıqdan sonra klaviaturada bir kliklə bütün dünya üzrə hədəf müştərilərə çatı bilirlər. Turizm sənayesinin yayılması, təhlükəsizliyi və digər aspektləri baxımından inkişaf etmiş İnformasiya Texnologiyalarının rolu bu məqalədə nəzərdən keçirilir.

Açar sözlər: *informasiya texnologiyaları, internet, turizm sənayesi, səyahətçi, inkişaf*

Rovza Shamammadli
Baku State University
master student
rovzash@gmail.com

Fundamentals of application of information technologies in the sphere of tourism

Abstract

Modern technologies, primarily information and communication technology (ICT), have a leading role in determining the future direction and pace of the tourism industry development. ICT is closely involved in establishing new relationships between supply and demand parties in the tourism market. The Integration of ICT in the tourism industry is an essential for success of tourism enterprise. ICT facilitates an individual to access the tourism products information from anywhere any time. In fact, Information Technology or IT has played a critical role not just in the advancement of tourism, but it has helped inspreading the phenomenon of tourism to every part of the world and has made travel safer. Tourism enterprises can also reach the targeted customers across the globe in a single click on the keypad after emergence of mobile computers, web technologies etc. The role of Information Technologies which has developed in terms of the tourism industry's proliferation, safety and other aspects are overviewed in this paper.

Keywords: *information technology, internet, tourism industry, traveller, development*

Giriş

Müasir dövrdə informasiya texnologiyalarının inkişafı və eləcə də tətbiqi cəmiyyətin müxtəlif sferalarında mühüm əhəmiyyət kəsb edən mövzulardan biridir. Bu hal özünü turizm sferasında da göstərir. Belə ki, turizm günümüzə qədər həm inkişaf etmiş, həm də inkişaf etməkdə olan ölkələr tərəfindən xüsusi diqqət göstərilən və daim inkişaf etdirilən bir sahədir.

Turizmin anlayışına beynəlxalq sənədlərdə və ayrı-ayrı dövlətlərin milli qanunvericiliklərində müxtəlif formalarda qarşılaşmaq mümkündür. "Turizm haqqında" Azərbaycan Respublikası

Qanununun 1-ci maddəsi əsas anlayışlara həsr olunmuşdur. Həmin maddədə turizmə - fiziki şəxslərin getdiyi ölkədə (yerdə) ödənişli fəaliyyətlə məşğul olmamaq şərti ilə istirahət, mədəni, tarixi və təbii irslə tanışlıq, sağlamlıq, bərpa və digər məqsədlərlə daimi yaşadığı ölkənin (yerin) hüddudlarından kənara müvəqqəti səyahəti kimi anlayış verilmişdir (1).

Turizm dünyanın ən böyük xidmət sənayesi kimi tanınır. Turizm istər konkret turizm məkanları və mərkəzlərinin gətirdiyi gəlirlər, istərsə də onunla əlaqəli digər sahələrdən əldə olunmuş vəsaitlər baxımından geniş iqtisadi əhəmiyyətə malikdir. İqtisadi fenomen kimi turizm inkişaf etməkdə olan iqtisadiyyatlar və ölkələr üçün böyük imkanlar təqdim edir. Belə ki, o, yeni iş yerləri yaradır, yerli iqtisadiyyatı gücləndirir, yerli infrastrukturun inkişafına töhfə verir, təbii mühitin, mədəni sərvətlərin və ənənələrin qorunmasında, yoxsulluğun və bərabərsizliyin azaldılmasında xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Hazırkı dövrdə turizmin belə bir əhəmiyyətli mövqeyə gəlib çıxmasında müasir texniki vasitələrin inkişafının və onların bu sahədə tətbiq olunmasının mühüm rolu vardır. Bu baxımdan beynəlxalq turizmin təşkil olunmasında müasir informasiya texnologiyalarının rolunun aydınlaşdırılması və tətbiqinin öyrənilməsi maraq doğuran məsələlərdəndir.

İnformasiya texnologiyaları dedikdə hesablama texnikası əsasında məlumatların toplanması, saxlanması, axtarışı, işlənmə üsullarının müəyyən sıralanması başa düşülür. İnformasiya texnologiyaları ilə idarəetmə texniki və proqram mühitinin ayrılmaz hissəsidir. İnformasiya və kommunikasiya texnologiyalarının təsir dairəsi dövlət strukturlarını və vətəndaş cəmiyyəti institutlarını, iqtisadi və sosial sahələri, elm və təhsili, mədəniyyəti və bütövlükdə insanların həyat tərzini əhatə etmişdir. Hazırda informasiya cəmiyyətinə istiqamətlənmiş yolun, bəşəriyyətin gələcəyinə gedən yol olduğu artıq heç kimdə şübhə doğurmur.

İnformasiya texnologiyaları turizm sənayesində tələbin artırılmasında yeni üsul kimi mühüm rol oynayır ki, bu da öz növbəsində turizm sənayesini daha da inkişaf etdirməklə yanaşı, daha çox turist cəlb edir və daha çox gəlir əldə edir. Turizm 30 ildən artıqdır ki, informasiya texnologiyalarının inkişafı ilə sıx bağlıdır. 1970-ci illərdə Kompüter Rezervasiya Sistemlərinin (CRS), 1980-ci illərin sonunda Qlobal Paylama Sistemlərinin (GDSs) və 1990-cı illərin sonunda internetin yaradılması turizmdə əməliyyat və strateji təcrübələri kəskin şəkildə dəyişdirdi. Beləliklə, müştərilər turizm sənayesində nümayiş etdirilən təklifə birbaşa daxil olmaq imkanı əldə etdilər. 1980-ci illərdən etibarən İnformasiya Kommunikasiya Texnologiyaları (İKT) dünya miqyasında turizm sənayesinə imkan yaratmışdır. Səyahət və turizm sənayesi bütün dünyada 198 milyondan çox iş yeri yaratmış və 2002-ci ildə bir çox ölkələrin ümumi milli məhsulunun 10%-ni təşkil etmişdir. Hal-hazırda İnternet və İKT bütün operativ, struktur, strateji və marketinq səviyyələrində dünya üzrə təchizatçılar, vasitəçilər və istehlakçılar arasında qlobal qarşılıqlı əlaqəni asanlaşdırmaq üçün aktualdır.

Turizm üzrə ixtisaslaşmış beynəlxalq təşkilat olan Ümumdünya Turizm Təşkilatı iddia edir ki, “uğurun açarı istehlakçı ehtiyaclarının tez müəyyən edilməsində və potensial müştərilərə hərtərəfli, fərdiləşdirilmiş və müasir informasiya ilə çatmaqdadır”. Müasir səyahətçilər təqdim olunan turizm məhsulunun həm həcmi, həm də keyfiyyəti baxımından daha əlverişli vasitə olan informasiya texnologiyalarının geniş tətbiq olunduğu turizm şirkətlərinə üz tuturlar (WTO, Guidelines for the transfer of new technologies in the field of tourism, 1988).

Turizm sənayesində informasiya texnologiyalarının istifadəsi həm turizm tələbinin ölçüsünün və mürəkkəbliyinin inkişafı, həm də mini-bazar segmentlərinə müraciət edən yeni turizm məhsullarının sürətli genişlənməsi və təkmilləşməsi ilə şərtlənir. Belə ki, yeni, təcrübəli, inkişaf etmiş, tələbkar səyahətçilər xüsusi ehtiyaclarını və istəklərini təmin edən daha ekzotik istiqamətlər və orijinal təcrübələr haqqında məlumat axtarır, həmçinin tədarükçülərlə qarşılıqlı əlaqə qurmağı tələb edirlər. Turizm tələbatını ödəmək və uzunmüddətli perspektivdə sağ qalmaq üçün texnologiyaları birləşdirmək və bazarla interaktivliyi artırmaq gərəklidir. İnformasiya texnologiyaları səyahətçilərə etibarlı və dəqiq məlumat əldə etməyə, həmçinin ənənəvi üsullarla tələb olunan vaxt, xərc və narahatlığa görə rezervasiyaları daha rahat üsullarla həyata keçirməyə imkan verir. Müştəri məmnuniyyəti təyinatların əlçatanlığı, imkanları, attraksionları və fəaliyyətləri haqqında xüsusi məlumatların dəqiqliyi və əhatəliliyindən çox asılıdır. Bundan əlavə, informasiya texnologiyaları bir

sıra digər amilləri ilə istehlakçıların məmnunluğunu artırır. Yəni, istehlakçılara daha çox seçim imkanı təqdim etməklə, informasiya mübadiləsi yaradır, bürokratiyanın və kağız işinin azaldılması ilə müştərilərə xidmət üçün vaxta qənaət etmək imkanı yaradır; loyallıq sxemləri tərəfindən toplanmış kəşfiyyat məlumatlarından istifadə etməklə məhsulun fərdiləşdirilməsini reallaşdırır; yeni xidmətlər göstərir (məsələn, uçuşda və ya otaqda əyləncə və məlumat kanalları); əməliyyat tapşırıqlarını asanlaşdırır (məsələn, otaqda televizorun yoxlanılması); fərdi xidmətlər həyata keçirir (məsələn, telefon operatoru qonağı öz adı ilə tanıyır) və nəhayət, daha yaxşı xidmət üçün təşkilatların şöbə və funksiyalarının daha yaxşı integrasiya edir (Egger, Buhalis, 2008).

Turizmdə tələbin idarəedilməsi üçün güclü CRS-lərin (kompüter rezervasiya sistemləri) tətbiq edilməsi artıq məcburi xarakter daşıyır, çünki internetdən istifadə, turistik xidmətləri onlayn sifariş edən müştərilərin sayında artım nəzərə çarpmaqdadır. Kompüter Rezervasiya Sistemləri (CRS) və getdikcə artan İnternet provayderləri şəffaf və müqayisəsi asan məlumatlara rahat giriş üçün istehlakçı ehtiyaclarını ödəyir. Kompüter rezervasiya sistemləri müştərilərin gediləcək yer, səyahət paketləri, səyahət, mehmanxana və əyləncə xidmətləri, qiymətlər və s. kimi mövzularda ehtiyaclarını qarşılayır. Bu sistemlər müştərilərə son dəqiqə rezervasiya etmə imkanı və çeviklik təqdim edərək, həmin dəqiqə rezervasiya təsdiqi və sürətli məlumatlandırma kimi məsələlərdə müştərilərin geniş faydalanmasına şərait yaradır (4).

İnformasiya texnologiyalarının təsiri özünü həm özəl, həm də dövlət sektorunun turizm istehsalı, marketinqi, paylanması və əməliyyat funksiyalarında göstərir. İdarəetmə münasibətinin yeni biznes mühitinə uyğunlaşdırılması və fəvqəladə imkanlardan istifadə etməsi şərti ilə informasiya texnologiyaları həmçinin işçilərin mənəviyyatını, idarəetmə effektivliyini, məhsuldarlığını və nəticədə turizm təşkilatlarının gəlirliliyini artırır.

Turizm sənayesi beynəlxalq səyahət sənayesinin ən az avtomatlaşdırılmış seqmentidir. Ön ofis, satış, planlaşdırma və əməliyyat funksiyalarını asanlaşdırmaq üçün Əmlakın İdarə Edilməsi Sistemləri (PMS) tətbiq edilmişdir. Bu, bütün rezervasiyalar, tariflər, doluluq və ləğvərlə məlumat bazasını idarə etməklə əldə edilmişdir. Turizm təşkilatları inventar idarəçiliyini təkmilləşdirmək, istehlakçılarla qarşılıqlı əlaqə qurmaq və əməliyyat xərclərinin bir hissəsini azaltmaq üçün getdikcə daha çox kompüterləşdirilmiş sistemlərdən istifadə edirlər. İKT turizm agentliklərinin daxili təşkilində böyük təkmilləşdirmələr təqdim etdi. Səyahət agentlikləri öz bek-ofislərini (məsələn, mühasibat uçotu, komissiya monitorinqi və işçi heyəti) və ön ofis (müştərilərin tarixi, marşrutun inkişafı, bilet satışı və təchizatçılarla əlaqə) funksiyalarını birləşdirərək, əhəmiyyətlilik, səmərəlilik və xərclərə qənaət əldə etmişlər. Filiallarda aparılan əməliyyatlar avtomatik olaraq baş ofisə bildirilə bildiyi üçün daha sərt maliyyə nəzarətinə nail olmaq mümkün olmuşdur.

Fərdi səviyyədə CRM sistemləri agentliklərə onların səmərəliliyi, nəzarəti və rəqabət qabiliyyətinin fəaliyyətini izləməkdə dəstək verir. Məlumat anbarında məlumatların saxlanması, həmçinin onlara xüsusi məhsullarla fərdi müştəriləri hədəfləmək, bununla da hər bir müştəriyə təklif olunan əlavə dəyər xidmətlərini artırmaq və vasitəçiliyin aradan qaldırılmasından qorunmaq üçün proaktiv marketinq alətlərini inkişaf etdirməyə kömək edə bilər. Beləliklə, agentliklər yenilənmiş İKT-dən təchizatçılar və müştərilərin istifadəsi ilə bərabər istifadə etməlidirlər (E-tourism. Information technology for strategic tourism management, 2003).

Nəticə

Təhlillərdən belə nəticəyə gələ bilərik ki, İKT turizmin inkişafında böyük rol oynayır və buna görə də turizm sənayesinin genişlənməsinin qaçılmaz hissəsidir. Otel və turizm təşkilatlarının əksəriyyəti ən son İKT tendensiyaları ilə təkmilləşdirilməlidir. Səyahət turizmdə vacib ünsürlərdən biridir, ona görə də onlayn rezervasiyalar, xüsusən də yaşayış üçün mühüm rol oynayır. İnformasiya texnologiyalarının inkişafına nail olmaqda əsas məqamlardan biri də turizm təhsilində İKT tendensiyalarına xüsusi əhəmiyyət kəsb etməsidir. Qeyd etmək olar ki, bu, turizm sənayesində biznes qurmağın ən səmərəli yolu informasiya texnologiyalarının düzgün tətbiq edilməsidir. Bu istiqamətdə, turizm təşkilatları müştərilərə daha çox xidmət göstərməlidirlər.

Ədəbiyyat

1. “Turizm haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanunu <https://e-qanun.az/framework/49162>
2. WTO, Guidelines for the transfer of new technologies in the field of tourism. (1988). Madrid: World Tourism Organisation.
3. Egger, R., Buhalis, D. (2008).
4. E-tourism case studies: management and marketing issues. Burlington: Elsevier Ltd. <https://www.taylorfrancis.com/books/edit/10.4324/9780080942865/etourism-case-studies-roman-egger-dimitrios-buhalis>
5. E-tourism. Information technology for strategic tourism management. (2003). Prentice Hall Buhalis.

Göndərildi: 22.02.2023

Qəbul edildi: 02.04.2023