

S.R.QARAYEVA

magistrant

e-mail: qarayeva.sabina.2001@atmu.edu.az

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

(Bakı şəh., Koroğlu Rəhimov küç., 23/822)

**SƏYAHƏT MARŞRUTLARININ İZLƏNMƏSİ ÜÇÜN İŞLƏDİLƏN
İNFORMASİYA-KOMMUNİKASİYA TEXNOLOGİYALARI***Açar sözlər: texnologiya, proqnoz, səyahət, marşrut, ticarət**Ключевые слова: технология, прогнозирование, путешествие, маршрут, торговля.**Key words: technology, forecasting, travel, route, trade*

Müasir turizm sənayesi son illərdə yeni kompüter texnologiyalarının tətbiqi ilə əlaqədar çox əhəmiyyətli dəyişikliklərə məruz qalmışdır. Müasir informasiya texnologiyalarından istifadə etmədən hər hansı bir şirkətin turizm biznesi bazarında uğurlu fəaliyyəti, demək olar ki, mümkün deyildir. Turizm məhsulunun işlənilib hazırlanması və həyata keçirilməsi texnologiyasının spesifikliyi nəqliyyat vasitələrinin mövcudluğu və turistlərin yerləşdirilməsi imkanları haqqında ən qısa müddətdə məlumat verən, yerlərin tez bron edilməsini və bron edilməsini təmin edən, eləcə də turizmin avtomatlaşdırılmasını təmin edən sistemləri tələb edir.

Turizmdə informasiyanın emalı və ötürülməsi üçün müasir kompüter texnologiyalarından geniş istifadə olunsa, buna nail olmaq mümkündür. Turizm sənayesi o qədər çoxşaxəlidir ki, o, ayrıca turizm şirkətinin və ya mehmanxananın işini avtomatlaşdıran xüsusi program vasitələrinin işlənilib hazırlanmasından tutmuş qlobal kompüter şəbəkələrinin istifadəsinə qədər müxtəlif informasiya texnologiyalarından istifadəni tələb edir.

Hazırda turizm məhsulunun formalaşması nəqliyyatda biletlərin tez və rahat bronlaşdırılmasını, mehmanxanalarda yerlərin bron edilməsini, avtomobillərin kirayəsini, valyuta mübadiləsini, əyləncə üçün biletlərin sifarişini təmin edən qlobal paylama sistemlərindən (Global Distribution System) istifadəni nəzərdə tutur. Turizm sənayesində kompüter rezervasiya sistemləri, elektron poçt, teleks və elektron qəzetlərin imkanlarını özündə birləşdirən videomətn də geniş yayılmışdır. Böyük Britaniyada səyahət agentliklərinin təxminən 90%-i British Telecom tərəfindən idarə olunan Prestel vizual məlumat sistemindən istifadə edir. Bu sistem turizm və səyahət haqqında məlumatları, həmçinin turoperatorların, dəmiryol xətlərinin, bərələrin, otellərin və aviaşirkətlərin istehlakçıların asanlıqla əldə edə biləcəyi təklifləri ehtiva edir. Bütün bu sahələr üzrə ən son xəbərlər və dəyişikliklər də mütəmadi olaraq sistemə daxil edilir. Prestel sisteminin əsas komponentləri display funksiyasını yerinə yetirən televizor, məlumatların daxil edilməsi üçün klaviatura və turizm agentliyinə telefon xətlərini keçərək mərkəzi kompüterlə əlaqə saxlamağa imkan verən adapterdir. Minitel sisteminin tətbiq olunduğu Fransada da videomətn texnologiyası geniş vüsət alır. Eyni zamanda ABŞ-da videomətdən istifadə məhduddur (5). İqtisadiyyatın ən dinamik sektorlarından biri olan turizm biznesi yüksək dərəcədə zəngin informasiya sənayesidir. Başqa sözlə desək, aktual məlumatların toplanması, saxlanması, emalı və ötürülməsi hər bir turizm müəssisəsinin fəaliyyəti üçün ən vacib və zəruri şərtidir. İqtisadiyyatın bəzi sahələrində biznesin uğuru bilavasitə məlumatın ötürülməsi və mübadiləsinin sürətindən, onun aktuallığından, qəbulunun vaxtından, adekvatlığından və tamlığından asılıdır. Bu baxımdan turizm biznesinin uğurlu inkişafı həm turizm məhsulunun yaradılması, həm də onun xidmət bazarına çıxarılması sahəsində ən son texnologiyalardan geniş istifadəni nəzərdə tutur. Müasir kompüter texnologiyaları turizm biznesi sferasına fəal şəkildə daxil edilir və onların tətbiqi hər hansı bir turizm müəssisəsinin rəqabət qabiliyyətinin artırılmasının vacib

şərtinə çevrilir. Turizm sənayesi ayrı bir səyahət şirkətini idarə etmək üçün xüsusi proqram məhsullarından tutmuş qlobal kompüter şəbəkələrinin istifadəsinə qədər bütün müxtəlif kompüter texnologiyalarından istifadə etməyə imkan verir.

Hazırda xarici turizm müəssisələrinin 98%-i bronlaşdırma sistemlərindən istifadə edir. Dünya bazarı, əsasən, Amadeus, Galileo Worldspan kimi qlobal rezervasiya sistemləri ilə təmsil olunur. Amadeus kompüter bron sistemi dünya bazarında 1993-cü ildən fəaliyyət göstərir və hazırda sistemdən istifadə edən 600-dən çox turizm agentliyi fəaliyyət göstərir. (4)

Turizmdə informasiya texnologiyalarının tətbiqinin əsas istiqamətlərindən biri multimedia texnologiyalarının, xüsusən də, kataloq və kataloqların tətbiqidir. Hazırda turist bələdciləri və kataloqları kitab şəklində, videokasetlərdə, CD-ROM lazer diskələrində və internetdə nəşr olunur.

Elektron kataloqlar sizə təklif olunan marşrutlar üzrə virtual səyahət etmək, bu marşrutlara aktiv rejimdə baxmaq, ölkə, marşrut boyu obyektlər, mehmanxanalar, düşərgələr, motellər və digər yerləşdirmə obyektləri haqqında məlumat almaq, güzəştlər sistemi ilə tanış olmaq imkanı verir. Bundan əlavə, bu kataloqlarda adətən turist sənədlərin verilməsi qaydaları, turist rəsmiyyətləri, ekstremal vəziyyətlərdə turist davranışı modelləri və s. müştəri tur proqramını planlaşdırma, onu verilmiş optimal parametrlərə (qiymət, fayda sistemi, nəqliyyat sistemi, mövsüm və s.) uyğun seçə bilər. Multimedia texnologiyalarından istifadə potensial müştərini onu maraqlandıran istənilən tur haqqında operativ məlumatla təmin edir və bununla da uyğun turist məhsulunu tez və dəqiq seçməyə imkan verir.

Eyni zamanda turoperator (səyahət agent) zərurət yarandıqda bu tura dəyişikliklər etmək və ya yeni eksklüziv tur formalaşdırmaq, rezervasiya etmək və onlayn rejimdə yaradılmış turizm xidmətini turistə satmaq imkanına malikdir. (2)

Turizm biznesində menecment sahəsində də köklü dəyişikliklər baş verib. Turizm sənayesinin hazırkı inkişaf səviyyəsi və bu sahədə şiddətli rəqabət turizm agentliklərinin informasiya sistemlərinə xüsusi əhəmiyyət verir. Bu sistemlərin funksionallığı turlar, mehmanxanalar, müştərilər, ərizələrin statusu haqqında məlumatların daxil edilməsini, redaktə edilməsini və saxlanmasını təmin etməli, müxtəlif sənədlər şəklində məlumatların çıxarılmasını təmin etməlidir: anketlər, vauçerlər, turistlərin siyahıları, təsvirlər, turlar, otellər, valyuta məzənnəsi, endirimlər nəzərə alınmaqla turların dəyərini hesablamaq, turların ödənişinə nəzarət etmək, maliyyə hesabatlarını yaratmaq, ixrac-idxal məlumatlarını digər proqram məhsullarına (Word, Excel, mühasibat proqramları) köçürmək və digər xüsusiyyətlər.

Bu sistemlər nəinki hesablamalar və sənədlərin formalaşdırılması prosesini sürətləndirir, həm də müştərilərin çatdırılması, yaşayış yeri və s. qiymətləri üçün ən yaxşı variantı seçməklə xidmətlərin (turpaket) dəyərini azalda bilər. Turizm ofisinin avtomatlaşdırılması üçün unikal məlumat sistemi kifayət qədər bahalıdır və hazırda buna xüsusi ehtiyac yoxdur, çünki bir sıra yaxşı qurulmuş proqram məhsulları mövcuddur.

Turizm firmalarının avtomatlaşdırılması ilə yanaşı, mehmanxana, restoran və digər turizm biznes müəssisələrinin fəaliyyətinin avtomatlaşdırılması üçün proqramların oxşar inkişafı davam edir. Bu sahədə informasiya sistemlərindən istifadə idarəetmədə əhəmiyyətli dəyişikliklərə gətirib çıxarır, həmçinin xidmətin keyfiyyətini artırır. Multimedia texnologiyalarının yaranması sosial-mədəni xidmətlər və turizm sahəsində sürətli tətbiq tapdı. Multimedia kompüterinin əsas xüsusiyyəti əlavə qurğuların, məsələn CD-ROM aparatlarının, səs kartının, dinamiklərin, 3D sürətləndiricinin və s. olmasıdır. Hazırda bazarda əksər kompüterlər multimediadır və bu qurğular standarta daxildir. Multimedia texnologiyası səs və video faylları ilə işləmək imkanı verir ki, bu da sosial-mədəni xidmətlər və turizm sahəsində kompüter texnologiyalarından istifadənin yeni sahələrini açır, xüsusən də, muzeylərə və səyahətlərə virtual ekskursiyaların inkişaf etdirilməsi. (3)

Son zamanlar informasiya xidmətləri və məhsulları bazarının əhəmiyyətli dərəcədə genişlənməsinə baxmayaraq dövlət orqanlarının, sahibkarlıq subyektlərinin və vətəndaşların

informasiya təminatı aşağı səviyyədə qalır. İnformasiya əldə etmək imkanı, bir qayda olaraq, onun şöbə mənsubiyyəti ilə məhdudlaşır və çox vaxt istehlakçının rəsmi mövqeyi və sosial statusu ilə müəyyən edilir. Coğrafi baxımdan uzaq informasiya resurslarına çıxış problemi həllini tapmayıb. Əhalinin əksəriyyəti informasiyanı ənənəvi yolla – çap, radio, televiziya vasitəsilə alırlar.

İnformasiya və telekommunikasiya sistemləri, əsasən, dövlət orqanlarının maraqlarına uyğun fəaliyyət göstərir və bir qayda olaraq parçalanmışdır. Bu vəziyyət işin təkrarlanmasına, ilkin məlumatların artıqlığına, sistemlərin işlənməsi və istismarı xərclərinin artmasına səbəb olur. Bundan əlavə, qeyd edildiyi kimi, departamentlərin bölünməsi informasiya mübadiləsini və ona çıxışı çətinləşdirir. (2)

Subyektin bütövlüyünün, ardıcılığının əsas amili onun təsərrüfat fəaliyyətinin təzahürüdür. İqtisadi məkanın subyektlərinin sosial-iqtisadi, ictimai və informasiya münasibətlərinin məcmusu şəklində fəaliyyət göstərən informasiya məkanı onların ictimai münasibətlərə cəlb olunmasının ölçüsüdür. İnformasiya məkanının inkişafının ikinci meyarı həm subyekt daxilində, həm də xarici mühitlə qarşılıqlı əlaqədə baş verən qarşılıqlı əlaqəli inteqrasiya və diferensiallaşma prosesləri şəklində özünü göstərən ünsiyyətdir. İqtisadi məkanda zaman vahidinə düşən subyektlərin qarşılıqlı əlaqələrinin sayında davamlı artım olması və bu qarşılıqlı əlaqə haqqında məlumatların informasiya məkanında artan həcmdə çoxaldılması və təkrarlanması ilə əlaqədar olaraq birini vurğulamaq məntiqlidir.

Beləliklə, turizm sahəsində informasiya-kommunikasiya texnologiyalarından istifadəni öyrənərək belə qənaətə gəlmək olar ki, kompüterləşmə və informasiyalaşdırmanın geniş yayıldığı günümüzdə xaricdəki bütün turizm şirkətləri və agentlikləri, müəssisə və firmaları və müəssisələrinin böyük əksəriyyəti beynəlxalq kompüterlərdən istifadə edirlər.

Vahid regional informasiya turizm məkanının yaradılması, şübhəsiz ki, tək-cə ayrı-ayrı turizm müəssisələri üçün deyil, ümumilikdə turizm sənayesinin inkişafına təsir göstərərək regionda turizmin cəlbədiciyinin artmasına töhfə verə bilər.

Ədəbiyyat

1. Вишнеvская Е.В., Климова Т.Б. Перспективы развития виртуального информационного пространства в туристской индустрии // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. Т.3. №1. 2017
2. Стремительный диджитал. [Электронный ресурс].
Режим доступа: <http://www.rbcplus.ru/news/59f7d1357a8aa973ff8eb8f3/>
3. Vishnevskaya E.V. Mobile technologies in implementation of programs of internal tourism development / Tatiana B. Klimova, Irina V. Bohomazova, Oksana V. Yakovenko, Julia V. Kovtun // International Business Management. 10 (16): 3359-3363, 2016.
4. Федеральное агентство по туризму. [Электронный ресурс].
Режим доступа: <https://www.russiatourism.ru/operators/elektronnaya-putevka/>
5. MartinAircraftCompany. [Электронный ресурс].
Режим доступа: <http://www.martinjetpack.com/>

С.Р.Гараева

Информационно-коммуникационные технологии, используемые для отслеживания маршрутов путешествий *Резюме*

Электронная коммерция растет с падением стоимости информационного и коммуникационного оборудования, включая плату за связь, и увеличением числа пользователей Интернета. Хотя электронная коммерция освобождает продавцов от необходимости хранить товары и избавляет покупателей от необходимости посещать магазин, она требует, чтобы продавец

доставил товар покупателю. Это привело к тому, что некоторые утверждают, что электронная коммерция увеличит автомобильные перевозки и усугубит заторы на городских дорогах.

Исследования влияния ИКТ на пассажирские и грузовые перевозки проводятся уже некоторое время⁴, но недавний быстрый рост электронной коммерции, компьютеризация перевозчиков и тенденции в электронном правительстве потребовали создания новой аналитической основы. Этот документ обеспечивает основу для анализа влияния ИКТ на автомобильные перевозки с точки зрения торговли, логистики и управления парком, а также предлагает гипотетические механизмы воздействия.

S.R.Garayeva

Information and communication technologies used to track travel routes

Summary

E-commerce is growing with the fall in the cost of information and communication equipment, including communication fees, and the increase in the number of Internet users. Although e-commerce frees sellers from the need to store and keeps buyers from having to visit the store, it requires the seller to deliver the goods to the buyer. This has led some to claim that e-commerce will increase road freight and worsen traffic congestion on city roads.

Research on the impact of ICTs on passenger and freight transport has been around for some time⁴, but recent rapid growth in e-commerce, computerization of trucking providers, and trends in e-government have necessitated the creation of a new analytical framework. This document provides a framework for the analysis of the impact of ICT on road freight in terms of trade, logistics and fleet management, and offers hypothetical mechanisms of impact.

Rəyçi: f-r.e.n., dos. N.B.Nəsirli

Redaksiyaya daxil olub: 28.04.2022