

UOT 378.48

Vilayət İsmayilov
Azərbaycan Əmək və Sosial
Münasibətlər Akademiyası, i.e.d.
ismaylov1953@mail.ru

Nicat Rzayev
Azərbaycan Əmək və Sosial
Münasibətlər Akademiyası, magistrant
rzayevnicat00@gmail.com

BEYNƏLXALQ TURİZMİN İNKİŞAFINDA İNFORMASIYA TEKNOLOGİYALARININ ROLU

Məqalədə beynəlxalq turizmin inkişafında informasiya texnologiyalarının rolu, informasiya texnologiyalarından istifadənin beynəlxalq turizmə verdiyi töhfələr göstərilmişdir. Beynəlxalq turizmin inkişafında informasiya texnologiyası turizm xidmətinin daşınmaz olması, onun təşkili üçün geniş informasiya-reklam tədbirlərinin görülməsinin vacibliyi və s. ilə izah olunur. Bundan başqa turizm biznesinin müəyyən dərəcədə mövsümi xarakter daşması, mövsüm aylarında kütləvi turist tələbatının həddən artıq yüksəlməsi, turistlərin tələbatının ödənilməsi üçün turizm müəssisələrindən əlavə digər çoxlu sayda müəssisələrin də bu işə cəlb olunması burada etibarlı və sürətli informasiya mübadiləsi zərurətini ortaya qoyduğu qeyd edilir. Həmçinin, məqalədə kompüter texnologiyasının və sürətli informasiya mübadiləsinin tətbiqinin turizmin təşkilində aparıcı rola malik olan turopertorların fəaliyyətinə ciddi təsiri qeyd edilmişdir.

Məqsəd-beynəlxalq turizmin inkişafında informasiya texnologiyalarının rolu və əhəmiyyətini müəyyənləşdirməkdən ibarətdir.

Metodologiya - tədqiqat işində statistik, iqtisadi və müqayisəli təhlil metodlarından istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın nəticələri - beynəlxalq turizmin inkişafında informasiya texnologiyalarının rolu, informasiya texnologiyalarından istifadənin beynəlxalq turizmə verdiyi töhfələrin əhəmiyyəti müəyyən edilmişdir.

Açar sözlər: beynəlxalq turizm, informasiya, texnologiya, müasir turizm, rol, töhfə

Giriş

Turizm ayrı-ayrı ölkələrin iqtisadiyyatının əhəmiyyətli bir sahəsidir. Turizmin xarici valyuta gəlirlərinin, məşğulluğun və insanlararası təmasların genişlənməsinin mənbəyi kimi əhəmiyyəti artmaqdadır. Ümumdünya Turizm Təşkilatının (UNWTO) apardığı tədqiqatlar göstərir ki, qlobal maliyyə və iqtisadi böhranla bağlı son illərin obyektiv çətinliklərinə, dünyanın bir sıra turizm mərkəzlərində qeyri-sabit siyasi vəziyyətə baxmayaraq, qlobal turizm sənayesinin vəziyyəti ümumilikdə sabitdir və dünya iqtisadiyyatının ən böyük, yüksək gəlirli və sürətlə inkişaf edən sektorlarından biri kimi öz mövqeyini qoruyub saxlayır. Turizm sahəsində Azərbaycanın dövlət siyasətinin əsas vəzifələrindən biri də turizmin beynəlxalq tənzimlənməsinin hüquqi sahəsinə inteqrasiya edilməsi məqsədilə milli qanunvericiliyin birləşdirilməsidir. Azərbaycan Respublikasında turizm sənayesinin inkişafı ölkənin dünya turizm məkanına sürətli inteqrasiyası üçün

dövlət yardımının göstərilməsini tələb edən sosial əhəmiyyətli vəzifələrdən biridir.

Beynəlxalq turizmin inkişafında informasiya texnologiyasının rolu turizmin bir sıra səciyyəvi xüsusiyyətlərinə görə daha da əhəmiyyətlidir. Bu, turizm xidmətinin daşınmazlığı, onun təşkil olunması üçün geniş informasiya-reklam tədbirlərinin aparılmasının vacibliyi və s. ilə izahlandırılır. İlk öncə onu qeyd etmək lazımdır ki, turizmin inkişafı üçün ən mühüm amil kimi adət edilməmiş ətraf mühit şəraiti Azərbaycanın ucqar dağ kəndlərinin ərazisində həmişə potensial turizm resursu olmuş və indi də olmaqdadır. Digər bir tərəfdən, getdikcə dinamik artan gəlir səviyyəsinə görə kənd əhalisindən seçilən şəhər əhalisi 10-11 aylıq fasiləsiz iş müddətindən sonra obyektiv olaraq özlərinin səyahət-rekreasiya tələbatlarını ödəməyə çalışırlar. Bu tələbatların ödənilməsi üçün müstəqil ölkəmizin vətəndaşlarının sərbəst seçimi nəticəsində dünya ölkələrinin turizm müəssisələrinin xidmətlərindən istifadə etmək hüquqları vardır. Lakin məsələnin iqtisadi tərəfi bu seçimə alternativ ola biləcək, ölkənin və turistlərin mənafeyi baxımından aktual olan bir çox məsələləri ön plana çəkir. Bu, bir tərəfdən getmə turizmi nəticəsində itirilən valyuta vəsaitlərinin daxili bazarda dövriyyəsinin bərpa olunmasına, digər bir tərəfdən isə həmin turizm obyektlərində istirahət etməyi seçən xarici turistləri cəlb etməklə daha çox əlavə gəlir əldə etməyə imkan verə bilər. Digər bir mühüm cəhət isə dünyada turizm xidmətinin, nəqliyyat vasitələrinin getdikcə bahalaşması, lokal münaqişələrin və terror təhlükəsinin artması ilə əlaqədar turistlərin onlara ən yaxın olan turizm-istirahət zonalarına daha çox meyl etməsidir.

Müasir qloballaşma dövründə bəşəriyyət öz inkişafının yeni mərhələsinə informasiya dövrünə girmişdir. İndi artıq insan həyatını, onu formalaşdıran informasiya məhsulu olmadan təsəvvür etmək mümkün deyildir. Onu əhatə edən dünyada baş verən hadisələri mümkün olduğu qədər sürətlə izləmək, alınmış informasiyadan faydalı şəkildə istifadə edə bilmək hər bir insanın gündəlik tələbatına, müasir həyat tərzinə çevrilmişdir. İndi informasiya mübadiləsində istifadə edilən bir sıra tarixi-ənənəvi üsullardan tutmuş İnternetə qədər hər bir vasitə məhz bu həyat tərzinin harada və necə inkişaf etdiyinə bir göstəricisi kimi qəbul edilməkdədir.

Mövcud ədəbiyyatlara istinad və məlumatların təhlili

İnsan cəmiyyəti daim inkişaf etməkdədir. Bu gün tələbatlarımız arasında elələrini qeyd etmək olar ki, onlar məhz informasiya vasitələrinin sürəti və etibarlılığının artması ilə gündəlik həyatımızda yeni əhəmiyyət qazanmış, öz dəyərinə görə bir çox istehlak növlərini də ötürüb keçmişdir. Bu baxımdan bir çoxları tərəfindən XXI əsrin fenomeni kimi qiymətləndirilən turizm sahəsi də özünə maraq cəlb etməkdədir.

Hər gün milyonlarla insan qohum və ya dostlarını ziyarət etmək, işgüzar danışıqlar aparmaq, peşə vəzifələrini yerinə yetirmək, təhsil almaq və s. üçün bir ölkənin hüdudlarından kənara çıxaraq digərinin hüdudlarına keçir. Bu insanların öz dövlət hüdudlarından kənara çıxmağının səbəbləri çoxdur. Lakin bu səbəblərdən ən populyarlarından biri isə turizmdir. Bu gün səyahət etmək məqsədi ilə turist kimi istirahət etmək bəşəriyyətin həyatının ayrılmaz hissəsidir [17].

Qeyd etmək lazımdır ki, son illər Azərbaycanda beynəlxalq turizm sürətlə inkişaf etməklə orta illik iqtisadi artımın 4,3%-ni təmin edir. Hazırda beynəlxalq turizm dünya iqtisadiyyatında aparıcı fəaliyyət istiqamətlərindən biridir. Belə ki, göstərilən bütün xidmətlərin 1/3-i turizm hesabına həyata keçirilir. Bəzi ölkələrdə dövlət büdcəsinin 30-40%-i turizm hesabına formalaşır (Meksika, Sinqapur, Tayland və digər ölkələrin milli gəlirlərinin 80%-i turizm sferası hesabına təmin edilir). Beynəlxalq Turizm Təşkilatının (UNWTO) proqnozuna əsasən 2020-ci ildə turizmdən alınan gəlirlər 1,5-2 milyard dollar

təşkil edəcəkdir. Bu isə dünya əhalisinin turistik proseslərdə aktivliyinin 2-3 dəfə artacağını ifadə edir [16].

Bir çox ekspertlərin qiymətləndirməsinə görə, planetdə 196 müstəqil dövlət yerləşir (tanınmamış və ya qismən tanınmış dövlətlər nəzərə alınmadan). Onların hər biri sahəsi, əhalinin sayı, rifah səviyyəsi, infrastrukturun keyfiyyəti və turistləri maraqlandıran yüzrlə digər göstəricilər, o cümlədən mədəniyyət, ənənə, mətbəx, memarlıq abidələri, iqlim və təbii ehtiyatlar baxımından fərqlənir. Ayrı-ayrı ölkələrə səfər etmək səviyyəsi viza tələbləri, təhlükəsizlik sistemi və görməli yerlərin olması da daxil olmaqla bir çox amillərdən təsirlənir. Hər il BTT-nin nüfuzlu turizm agentlikləri və ixtisaslaşdırılmış beynəlxalq təşkilatlar insan axınlarını təhlil edir və dünyada ən çox ziyarət edilən dövlətlərin tam obyektiv reytinglərini təşkil edirlər [17].

BMT-nin Ümumdünya Turizm Təşkilatının (UNWTO) 2021-ci ilin rəsmi turist səyahəti və ekskursiyalarının məlumatlarına əsaslanaraq 2022-ci ildə dünyanın ən çox ziyarət edilən ölkələrini seçmək olar. Belə ki, bu seçim əsasən 2021-ci ildə ən çox turistlərin qəbulu göstəricisi əsasında müəyyən edilmişdir (cədvəl 1).

Cədvəl 1

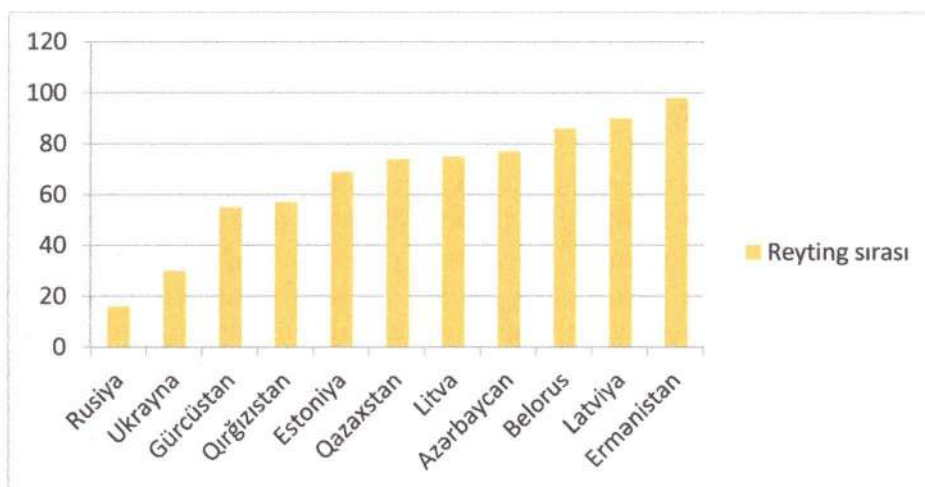
2022-ci ildə ən çox turist qəbul edə biləcək ilk onluqda yerləşmiş ölkələrin siyahısı

Turist qəbulu seçimi ölkələrinin sırası	Ölkələr	Gözlənilən turist qəbulunun sayı, mln. nəfər
1	Fransa	89,4
2	İspaniya	83,5
3	ABŞ	79,3
4	Çin	65,7
5	İtaliya	64,5
6	Türkiyə	51,2
7	Meksika	45
8	Tayland	39,8
9	Almaniya	39,6
10	Böyük Britaniya	39,4

Qeyd: [17] əsasında müəlliflər tərtib etmişdir

Məlumatların təhlili göstərir ki, ənənəvi olaraq, ilk üç ən populyar ölkələr Fransa, İspaniya və Amerika Birləşmiş Ştatları hesab edilir. Qeyd edilmiş bu 10 ölkə bigə 597,4 milyon nəfər turist qəbul edir ki, bu da təxminən dünya üzrə turistlərin 48-50%-ni təşkil edir. Belə ki, həmin sıralamada birinci yer almış Fransa ilə sonuncu yer alan Böyük Britaniya ölkələrinin turist qəbulu sayında təxminən 50 mln. nəfər fərq vardır. 2021-ci ildə qəbul edilmiş turistlərin sayının təhlili göstərir ki, ilk üçlükdə olan ölkələr üzrə bu göstərici Fransada (89,4 mln. nəfər), İspaniyada (82,8 mln. nəfər) və ABŞ-da (79,6 mln. nəfər) təşkil etmişdir. Turist qəbulunda ilk onluqda 8-10-cu sıralarda yerləşən Almaniya -38,88 mln. nəfər, Taylandda-38,28 mln. nəfər və Böyük Britaniyada-36,3 mln. nəfər təşkil etmişdir.

Beynəlxalq turistlərin qəbulu göstəricisi haqqında məlumatlar əsasında 216 ölkə içərisində 100 ölkə sırasında yerləşmiş keçmiş sovetlər ittifaqı ölkələrinin reyting sırası şəkil 1-də verilir.



Şəkil 1. Turist qəbuluna görə 100 ölkə sırasında olan keçmiş sovetlər ittifaqı ölkələrinin reytingi

Qeyd: [18] əsasında müəlliflər tərəfindən tərtib edilmişdir

Belə ki, reyting sırasında 16-cı yer almış Rusiyanı səyahət etmək istəyən beynəlxalq turistlərin sayı 2021-ci ildə 24, 551 mln. nəfər, 30-cu sırada olan Ukraynada-14,207 mln. nəfər, 55-ci sırada yerləşmiş Gürcüstanda-4,757 mln. nəfər, 57-ci sırada Qırğızıstanda-4,568 mln. nəfər, 69-cu sırada yerləşmiş Estoniyada-3,234 mln. nəfər, 74-cü sırada yerləşmiş Qazaxstanda-2,991 mln. nəfər, 75-ci sırada yerləşmiş Litvada-2,825 mln. nəfər, 77-ci sırada yerləşmiş Azərbaycanda-2,606 mln. nəfər, 86-cı sırada yerləşmiş Belorusda-2,142 mln. nəfər, 90-cı sırada yerləşmiş Latviyada-1,946 mln. nəfər və 98-ci sırada yerləşmiş Ermənistanda-1,652 mln. nəfər olmuşdur [18]. Təhlil göstərir ki, bütün ölkələrdə olduğu kimi, Azərbaycanda da turist qəbulu 2019-cu illə müqayisədə 2021-ci ildə 17,8% və ya 0,564 mln. nəfər az olmuşdur. Fikrimizcə, bu azalma bütün dünya ölkələrini öz caynağına almış pandemiya ilə əlaqələndirilə bilər. Onu da qeyd edək ki, Azərbaycanda ən çox turist qəbulu ili hesab edilən 2019-cu ilin göstəricisi də kifayət səviyyədə deyildir. Odur ki, ölkəmizə beynəlxalq turist axınının yüksəldilməsinin təşkili həm dövlət səviyyəsində, həm də ADTA və onun təbəçilində olan turizm şirkətləri səviyyəsində həlledici işlərin görülməsini nəzərdə tutan müvafiq tədbirlər planı və Dövlət Proqramlarının işlənilib hazırlanmasına və realizasiyasına səfərbər olunmalıdır.

İnformasiya texnologiyalarından istifadənin turizm də rolu

Turizm fəaliyyətində informasiya texnologiyalarından geniş istifadə olunur. İnformasiya texnologiyalarının turizm də tətbiqi oteldə və digər kütləvi yerləşdirmə vasitələrində qonaqların təhlükəsizliyinin qorunmasında kompüter sisteminin mövcudluğu, mehmanxananın müştəri bazasını genişləndirilməsinə və bir çox marketing məsələlərinin həllinin tapılmasına imkan verir [12].

Hazırda beynəlxalq turizm sənayesi kompüterləşməyə keçib, yəni ilk növbədə bu turizm sənayesində bütövlüklə iş prosesini dəyişdirir və tədricən informasiya texnologiyalarının tətbiqi ilə bütün mühüm məsələlər həll olunur. İkincisi, kompüterləşmə prosesi əlavə vəsait tələb edir. Üçüncüsü, kompüterləşmə, əməyin yüngülləşdirilməsinə xidmət edir. Kompüterləşmə prosesi müxtəlif ölkələrdə və müəssisələrdə fərqli formada həyata

keçirilir. Bu, ölkənin iqtisadi və turizm sənayesinin vəziyyətindən, müəssisənin rəhbərliyi tərəfindən problemlərin başa düşülməsi və onun həlli istiqamətində müvafiq tədbirlərin görülməsindən, müəssisənin maliyyə durumunun və ixtisaslaşmış kadrların mövcudluğundan asılıdır.

Turizm sənayesində kompüterləşmə prosesinə başqa sahələrə nisbətən gec başlanılmışdır. Kompüterləşmənin gec tətbiq olunması turizm sənayesi müəssisələrinə daha az vəsaitlə yeni nəsil informasiya texnologiyalarını almağa imkan verdi. Beynəlxalq turizmin təşkil olunmasında müasir səviyyəli yüksək keyfiyyətli informasiya texnologiyasının rolunun aydınlaşdırılması və tətbiqinin öyrənilməsi maraq doğuran məsələlərdəndir. Beynəlxalq turizmin inkişafında informasiya texnologiyasının rolu isə turizmin bir sıra səciyyəvi xüsusiyyətləri ilə daha da əhəmiyyətlidir. Təşkilati cəhətdən istənilən turizm müəssisəsinin informasiya texnologiyaları ilə təchiz olunması ənənəvi olaraq qəbul edilən müəssisə ofisinin avtomatlaşdırılmasından əlavə yerli elektron şəbəkə və elektron sənəd dövriyyəsinin, habelə yol biletləri və otel nömrələrinin əvvəlcədən sifariş olunmasına qədər istənilən miqyasda işlərin həyata keçirilməsini təmin edə bilər. Əgər müasir səviyyəli informasiya texnologiyasının istifadə olunmasının struktur sxeminə nəzər salsaq, burada üç səviyyənin - müəssisədaxili, müəssisələrarası və interaktiv informasiya əlaqəsinin yaradılmasını qeyd etmək olar.

İnternetin turizm müəssisəsi üçün yaratdığı imkanları qısa olaraq aşağıdakı kimi göstərmək olar:

- şəbəkə marketinqinin həyata keçirilməsi;
- təklif etdiyi xidmətin "Online" rejimi üzərindən satılması;
- ərazicə uzaq olan müştərilərlə əlaqə yaradıla bilinməsi;
- ucuz kommunikasiya vasitələri ilə əlaqəyə çıxış (elektron poçt, rəqəmli telefon, videotelefon, və s.);
- internetin köməyi ilə biletlərin satılması, otel nömrələrinin bronlaşdırılması;
- səmərəli reklamın həyata keçirilməsi;
- elektron sərgilərdə, yarmarkalarda, sərgilərdə və s. iştirak;
- uzaqdan qeyri-nağd hesablaşmaların həyata keçirilməsi;
- 24 saat operativ iş rejimi;
- potensial əməkdaşların axtarılması;
- müəssisənin ictimaiyyətlə əlaqələrinin yüksək keyfiyyətlə və sürətlə aparılması;
- müəssisənin korporativ saytının yaradılması və onun İnternetdə yerləşdirilməsi.

Turistin internet vasitəsilə əldə edə biləcəyi potensial informasiyalara aşağıdakılar daxildir:

- məsafədən asılı olmayaraq istənilən turizm müəssisəsinin xidmətlərindən istifadə etmək;
- öz marşrutunu müəyyənləşdirmək, nəqliyyat vasitələri və biletlərin qiymətləri haqqında məlumatlar almaq;
- nəqliyyat vasitələrinə və otel nömrələrinə yerləri bronlaşdırmaq;
- istifadə etdiyi xidmət və əmtəələrin haqqını ödəmək;
- internetin axtarma sistemlərindən istifadə etmək;
- elektron poçtdan istifadə etmək.

İnformasiya, onun etibarlı mübadilə vasitələri turizm üçün niyə bu qədər vacibdir. Bu suala cavab vermək üçün turizm xidmətinin özünəməxsus xüsusiyyətlərini, turizm məhsulunun yaradılması, istifadə olunması zamanı qarşıya çıxan məsələləri araşdırmaq, turistlərin fərdi xüsusiyyətlərini nəzərə almaq lazımdır.

İqtisadiyyatın bütün sahələri kimi turizmdə də göstərilən xidmətin istehlakçıya

çatdırılması (marketing), onun daha tez və səmərəli şəkildə reallaşdırılması mühüm məsləhətlərdən biri hesab olunur. Əgər turizm şirkəti üçün bu məsələ nə qədər vacibdirsə, istehlakçı üçün də eyni aktuallıq daşımaqdadır. Özünün qısa məzuniyyətini daha mənalı şəkildə keçirə bilmək istəyən hər bir işgüzar adam çoxlu sayda turizm məhsulu təklif edən firmaların seçimi qarşısında qalır. Bu isə çaşqınlığa və məsələnin reallığa çevrilməsinə maneələr yarada bilər. Bundan əlavə turizm xidmətinin özü bir sıra unikal xüsusiyyətləri ilə də fərqlənir. Bu xüsusiyyətlərə turizm məhsulunun bir yerdən başqa yerə daşına bilməməsi, turizm xidmətinin nisbətən mövsümi xarakter daşması, turizm xidmətinin istifadə edən insanların yüksək tələbkarlıqları aid edilə bilər. Turistlərə nəzər salsaq onların kifayət qədər təhsilli, maddi cəhətdən imkanlı, işinə ciddiliklə yanaşan, dinamik həyat tərzinə və tez-tez sərbəst səyahət etməyə meylli olan şəxslər olduğunu görürük. Bu insanlar onlara ayrılmış iş vaxtına ciddi əməl etdikləri kimi istirahətlərini də mənalı keçirməkdə maraqlıdırlar. Əgər tarixə geri dönüb, məsələn, məşhur "Orient Express" ilə səyahətə nəzər salsaq, həmin dövrdə turizmin bir aristokrat əyləncəsi xarakteri daşdığını görürük. Müasir dünyada İnternetin Yer kürəsinin istənilən nöqtəsinə qədər yayıldığını nəzərə alsaq potensial müştərilərin məhz bu şəbəkədən istifadə edərək öz istəkləri çərçivəsində seçimlərinin etdiklərini tamamilə təbii bir hal kimi qəbul etmək olar. Məsələnin populyarlığını başa düşən turizm firmaları ümumdünya şəbəkəsində təmsil oluna bilmək üçün özlərinin sahifələrini təqdim edirlər. İnternet hər bir müştəriyə (potensial turistə) yönəlmiş fərdi yanaşmanı təmin edir. Müasir dövrdə bütün dünya üzrə belə sahifələrin sayının 80 minə çatdığını göstərməklə məsələnin nə qədər populyar olduğunu bir daha əsaslandırmaq olar.

Qlobal şəbəkə bütün Yer kürəsini əhatə edən istənilən rabitə şəbəkəsidir. Qlobal şəbəkə termini daha dar mənada ikiistiqamətli rabitə şəbəkələrinə, eləcə də şəbəkə texnologiyaları bazasına aiddir. Beynəlxalq poçt göndərişləri, radio və televiziya kimi bir yönlü rabitə şəbəkələri kimi erkən yaradılmış şəbəkələrin nəzərdən keçirilməsinə artıq ehtiyac duyulmur. Belə ki, ilk qlobal şəbəkə elektrik teleqrafının köməyi ilə yaradılmış və 1899-cu ildə qlobal miqyasda vüsət almışdır. Telefon şəbəkələri isə 1950-ci illərdə qlobal status əldə etmişdir. Bu yaxınlarda bir-biri ilə əlaqəli IP şəbəkələri (əsasən internet, 2009-cu ildə dünyada təxminən 360 milyon istifadəçiyə malik olmuş), eləcə də mobil GSM şəbəkələri (2009-cu ildə dünyada 3 milyarddan çox istifadəçi) ən böyük qlobal şəbəkələr hesab edilmişdir. Qlobal şəbəkələrin qurulması bir çox onilliklər ərzində davam edən böyük maliyyə səyləri tələb edir. Yerüstü və sualtı kabellər, yerüstü stansiyalar kimi fiziki informasiya daşıyıcılarının işlənilib hazırlanan birləşmələr, ötürülən və istiqamətləndirici qurğular istismara verilməlidir. Bunun üçün, beynəlxalq kommunikasiya protokolları, qanunvericilik və sazişlər də cəlb olunmalıdır [19].

Ümumdünya şəbəkəsindəki belə sahifələrin bəziləri çox böyük olub, istifadəçiyə, bizim nümunədə potensial turistə kommersiya xarakterli informasiyadan əlavə, səyahətçi məsləhətləri, turizm mərkəzlərinə bələdçiliyi, görkəmli yerlərin foto və video təsvirləri, hava məlumatları, valyuta kursları, xəritə planlar haqqında məlumatlar verirlər. Bu ümumdünya şəbəkələrinə misal olaraq aşağıdakıları aid etmək olar:

- www.world-tourism.org;
- www.yahoo.com;
- www.expedia.com;
- www.asiatravel.com;
- www.travelocity.com;
- www.thomascook.co.uk;
- www.wttc.org;

- www.excite.com;
- www.travel.net;
- www.lycos.com və s.

Azərbaycan haqqında ümumdünya şəbəkəsində informasiya yayarı ən görkəmli saytlardan www.myst.gov.az (Azərbaycan Respublikası Gənclər, İdman və Turizm Nazirliyinin saytı), www.azeribaijan-info.com, (Azərbaycan haqqında hər şey), www.culture.az (Azərbaycan mədəniyyətinə və incəsənətinə həsr olunmuş sayt), www.azerifolk.com (Azərbaycan mədəniyyəti haqqında sayt), www.tourizm.az (Virtual Turizm Agentliyinin xidməti), www.gateway.az və s. qeyd etmək olar. Ümumdünya şəbəkəsindən istifadə etməklə təkcə informasiyanın verilib-alınması kimi məsələləri deyil, həm də birbaşa olaraq turizm xidmətinin satışını da təşkil etmək mümkündür. Baxmayaraq ki, müasir dövrdə bu göstəricinin xüsusi çəkisi dünya üzrə ümumi turizm xidmətinin təqribən 3%-ni təşkil edir. Lakin, mütləq rəqəmlə ifadə etdikdə bu turizm xidməti satışı məbləğinin çox böyük olduğunu görmək mümkündür, bu isə turizm xidmətinin böyük bir həcmə malik olmasından irəli gəlir.

Potensial turistlərin İnternetini imkanlarından istifadə etməklə reklam olunan turist xidmətləri haqqında məlumatları asanlıqla əldə edə bilmələri turagentlər tərəfindən təklif olunan reklamlarla müqayisədə daha səmərəli olması ilə səciyyələnir. Belə ki, ənənəvi üsullarla (məsələn, televiziya) verilən reklamlar kütləvi auditoriya üçün nəzərdə tutulduğundan bir çox hallarda səmərəlilik vermir. Hətta məqsədli auditoriyanın seçilməsi düzgün həyata keçirildikdə belə, potensial müştərilər bu reklamlara qarşı biganə ola bilirlər. Bunun əsas səbəblərindən biri reklamı təşkil edən marketinq mütəxəssisinin qeyd edilən işə nəzarət etməsidir. Buradakı müştəri üçün reklama yalnız passiv mövqedən olaraq cəlb edilmə imkanı vardır. Başqa sözlə ifadə etdikdə bu nə dialoq, nə monoloq sayıla bilər. Ən yaxşı halda verilən bu reklam turizm xidməti təklif edən firmanın öz xidmətlərini tərifləməkdən ibarət ola bilər.

Texniki cəhətdən yanaşdıqda informasiya texnologiyalarının imkanlarının qeyri-məhdud olduğunu nəzərə alaraq onun insanların həyatında və iqtisadi fəaliyyətində, o cümlədən turizm biznesi sahəsində də rolunun getdikcə artdığını görmək mümkündür. İnsan tələbatının sonsuz olduğunu, bu tələbatların ödənilə bilməsi üçün resursların məhdud olduğunu nəzərə alırıqsa onlardan səmərəli şəkildə istifadə olunması mühüm məsələ kimi qarşıda durur. Qeyd edilən məsələnin həlli üçün isə həmin resurslar və onlardan istifadənin təşkili haqqında kifayət qədər informasiyaya malik olmaq zərurəti yaranır. İnformasiya texnologiyasının da sonsuz imkanlarından istifadə etməklə iqtisadiyyatın bütün sahələrində olduğu kimi dövrümüzün ən populyar sosial-iqtisadi hadisəsi olan beynəlxalq turizmin təşkili məsələsində də səmərəli nəticələr əldə etmək mümkündür.

Nəticə

Ayrı-ayrı ölkələrə səfər etmək səviyyəsi viza tələbləri, təhlükəsizlik sistemi və görməli yerlərin olması da daxil olmaqla bir çox amillərdən təsirlənir. Belə ki, ölkəmizə beynəlxalq turist axınının yüksəldilməsinin təşkili həm dövlət səviyyəsində, həm də ADTA və onun tabelində olan turizm şirkətləri səviyyəsində həlledici işlərin görülməsini nəzərdə tutan müvafiq tədbirlər planı və Dövlət Proqramlarının işlənilib hazırlanmasına və realizasiyasına səfərbər olunmalıdır.

Müasir dövrdə turizm və internet bir-biri ilə olan əlaqələrinə görə həm bir-birini tamamlayan, həm də bərabər inkişaf edən sahələrdir. Turizm sferası isə özünün spesifik xüsusiyyətləri ilə informasiya dəstəyinə daha çox ehtiyacı olan bir sahədir. Dünyada turizm məhsulunun böyük bir hissəsinin məhz internet vasitəsilə reallaşması turizmin informasiya

dəstəyinə nə qədər həssas olduğunu göstərir. Turizmin inkişaf etdirilməsi üçün Azərbaycan Respublikasında telekommunikasiya vasitələri kimi infrastruktur şəraitinin yaradılması sahəsində çoxlu işlər görülür və davam etdirilir.

Beləliklə, informasiya texnologiyalarının tətbiqi üzrə mövcud olan internet məhsullarının təhlili belə bir nəticə çıxarmağa imkan verir ki, onların böyük bir hissəsi təqdimat xarakteridir və İnternetin interaktiv imkanlarından çox az xidmət təklif olunur. Bu da sözsüz ki, ölkədə e-biznesin və e-commerce-nin zəif inkişafından irəli gəlir. Ümid etmək olar ki, həmin problemin həlli elektron turizmin daha sürətli inkişafına təkan verəcəkdir.

İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. “Turizm fəaliyyəti haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu. -Bakı, -2017
2. Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi. Azərbaycanda turiz. -Bakı, -2021, -99 s.
3. Ataşov B.X. İdarəetmə elmi və rəhbər əməyi. - Bakı, -2011, -245 s.
4. Əlirzayev Ə.Q. Turizmin iqtisadiyyatı və idarə edilməsi. -Bakı, -2011, - 494 s.
5. География туризма / Под ред. А.Ю.Александровой. - Москва, -2018.-592 с.
6. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма. – Москва: Финансы и статистика, - 2018, -176 с.
7. Биржаков М.Б., Никофоров В.И. Индустрия туризма: перевозки. – СПб.: Издательство Герда, -2007, -528 с.
8. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. - Москва, -2003, -302 с.
9. Карпова Г.А. Экономика современного туризма. СПб.: Герда, - 1998, -412 с.
10. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма. - Москва: Финансы и статистика, -2001, - 638 с.
11. Морозов М.А. Экономика и предпринимательство в социально – культурном сервисе и туризме. -Москва, -2009, -288 с.
12. Мацебера С.А. Информационные технологии в туризме. Материалы III научно-практической конференции. Бердянск: АУИТ «АРИУ» -2010, - С.1-12
13. Пекар В. Введение в экономику впечатлений // Маркетинг и реклама. —. 2008. — № 2. — С. 26–36
15. Соболева Е.А. Соболев И.И. Финансового – экономического анализ деятельности турфирмы. - Москва, -2010, -112 с.
16. <https://top-rf.ru/places/556-strany-dlya-turistov.html>
17. <https://hochusvalit.com/khochu-svalit/samye-poseshchaemye-strany-mira>
18. <https://zbordirect.com/ru/blog/top-samykh-poseshchaemykh-stran-mira>
19. https://ru.wikipedia.org/wiki/Глобальные_сети

Д.э.н. Вилаят Исмаилов
Ниджат Рзаев

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗВИТИИ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

Резюме

В статье показана роль информационных технологий в развитии международного туризма, вклад использования информационных технологий в международный туризм. Информационные технологии в развитии международного туризма обусловлены недвижимостью туристской услуги, необходимостью проведения широкого спектра информационно-рекламных мероприятий по ее организации и др. Кроме того, отмечается, что туристический бизнес в определенной степени носит сезонный характер, в сезонные месяцы наблюдается

чрезмерный рост массового туристского спроса, а также привлечение к этой работе большого числа других предприятий для удовлетворения потребностей туристов, что создает необходимость в надежном и быстром обмене информацией. Также в статье отмечено серьезное влияние применения компьютерных технологий и быстрого обмена информацией на деятельность туроператоров, играющих ведущую роль в организации туризма.

Цель – определить вклад использования информационных технологий в международном туризме, роль и значение информационных технологий в развитии международного туризма.

Методология – в исследовании использовались методы статистического, экономического и сравнительного анализа.

Результаты исследования – роль информационных технологий в развитии международного туризма, важность вклада использования информационных технологий в международном туризме.

Ключевые слова: *международный туризм, информация, технологии, современный туризм, роль, вклад*

Doctor of economics Vilayat İsmayilov
Nijat Rzayev

THE ROLE OF INFORMATION TECHNOLOGY IN THE DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL TOURISM

Summary

The article shows the role of information technology in the development of international tourism, the contribution of the use of information technology in international tourism. Information technologies in the development of international tourism are caused by the real estate of tourist services, the need for a wide range of information and advertising events for its organization, etc. In addition, it is noted that the tourism business is seasonal to a certain extent, during the seasonal months there is an excessive increase in mass tourist demand, as well as the involvement of a large number of other enterprises in this work to meet the needs of tourists, which creates the need for reliable and rapid exchange of information. The article also notes the serious impact of the use of computer technology and the rapid exchange of information on the activities of tour operators who play a leading role in the organization of tourism.

The purpose – to determine the contribution of the use of information technology in international tourism, the role and importance of information technology in the development of international tourism.

Methodology – political, normative and comparative analysis methods were used in the research.

The results of the study – the role of information technology in the development of international tourism, the importance of the contribution of the use of information technology in international tourism.

Keywords: *international tourism, information, technology, modern tourism, role, contribution*