



**Turizm bu gün dünyanın nəhəng aviakompaniyalarının, mehmanxana şəbəkələrinin, turizm müəssisələrinin iştirak etdiyi global kompüterləşmiş biznesdir. Fərdi kompüter və internet, onların əlverişli və etibarlı olması cəmiyyətin bütün sahələrinə yeni informasiya texnologiyalarının daxil olmasına imkan yaratmışdır.**

## TURİZMDƏ BRONLAŞDIRMA SİSTEMLƏRİNİN ÜSTÜNLÜKLƏRİ

**B**u, turizm də müşahidə olunur, çünki turizm və informasiya ayrılmazdır: səyahət haqda qərar informasiya əsasında qəbul olunur; tur alınan zaman yalnız informasiyadır; turizm bazarının bütün iştirakçıları gün ərzində yüzrlərlə informasiya mübadiləsi edirlər.

İnternetin inkişafı nəinki əlaqə vasitələrini ucuzlaşdırmaq, eyni zamanda turizm bazarının bütün iştirakçılarına vahid müəssisə kimi işləmək imkanı verdi. İnternet vasitəsilə global bronlaşdırma sistemləri ilə işləmək agentliyə istənilən zamanda qiymət və boş yerlərin sayı haqda operativ və dolğun informasiya almaqla yanaşı, həmçinin sifarişin həyata keçməsinə doğru bütün mərhələləri izləməyə şərait yaradır.

Bronlaşdırma qonaqların sorğusuna əsasən sifarişlərin qəbulu xidmətlərinə, məlumatın tez təhlilinə, otaqların tez hazırlanmasına, həmçinin gəlir haqqında hesabların və proqnozların tərtib olunmasına imkan verir.

"Bronlaşma sistemi" anlayışı ilk dəfə olaraq 60-cı illərdə Avropa və ABŞ-da aviashirkətlər tərəfindən yaradılmışdır. Bu gün dünyada "qızıl dördlük" adlandırılan dörd global bronlaşdırma sistemi: Amadeus, Qalileo, Sabre və Wordspan mövcuddur və bu bazarın 90%-i onlara aiddir. Bütün dünya üzrə onların 400 minə yaxın terminalı quraşdırılıb.

Müxtəlif bronlaşdırma sistemləri mövcuddur (CRS-computer reservation systems), onlar bir-birindən təklif olunan xidmətlərin dəsti, eyni zamanda işin texnologiyasına görə fərqlənirlər. İşin texnologiyası çətin əmərlər əsasında qurulub, sistemə daxil edilmiş məlumatlar isə sadə mətnlər formasındadır. Bu sistemlərdə şəkillər, xəritələr və digər qrafik informasiyalardan istifadə olunmur.

Bu sistemlər vasitəsilə əsasən avia və dəmiryol biletlərinin satışı reallaşdırılır. Belə sistemlərin yaradıcıları aviakompaniyalardır və buna

müvafiq olaraq da onlar üçün əsas məsələ aviabiletlərinin satışı hesab olunur. Biletlərin satışı üçün informasiyanın qrafik təsviri tələb olunmur. Nisbətən kiçik firmalar üçün bu sistemlərlə işləmək iqtisadi baxımdan əlverişli deyil. Hal-hazırda belə sistemlərlə əsasən bilet satışı ilə məşğul olan nəhəng şirkətlər işləyir.

70-ci illərdə ABŞ-a məxsus aviakompaniya tərəfindən aviabilet bronlaşdırılması məqsədilə Kontinental, Delta, Vestern, Norvest sistemləri yaradılmışdır. Sonralar Qərbi Avropada Amadeus və Qalileo sistemləri yaradıldı.

1987-ci ildə işlənib hazırlanan, 1992-ci ildə isə tam fəaliyyətə başlayan Amadeus dünya üzrə ən məşhur və aparıcı sistemdir. Bu sistem 500-dən çox aviakompaniya, 300-dən çox mehmanxana şəbəkəsində birləşmiş 52 mindən artıq mehmanxana, 46 avtomobil kirayə edən firmanın resurslarından yararlanmağa və turoperatorlar, dəmiryolları, kruiz və sığorta kompaniyaları ilə işləməyə imkan verir. Avropa və Cənubi Amerikada lider olmaqla yanaşı, sistem Afrika və Asiya bazarında da davamlı mövqeyə malikdir. Sistem mehmanxana nömrələrinin tipləri, qiymətləndirilməsi haqqında dolğun informasiya verir. Bundan başqa təsdiq olunmuş brona, bron edilmiş yerin qiymətinin dəyişməzliyinə və onun reallaşdırılmasına təminat verir.

Bronlaşdırma sistemlərinin üstün cəhətlərini nəzərdən keçirək:

Tədarükçü axtarışı üçün turoperator uzun müddət məzuniyyətdə olmaqla sərgilərdə iştirak edir və özü böyük vəsaitlər sərf edərək sərgi təşkil edir. Bu işin həyata keçirilməsinə çəkilən xərclər turməhsulun maya dəyərinin artmasına və müvafiq olaraq bazarda onun rəqəbat qabiliyyətinin aşağı düşməsinə gətirib çıxarır. Lakin bronlaşdırma sistemləri ilə işləyərək turoperator yerləşdirmə obyektleri ilə məlumat sistemləri vasitəsi ilə tanış ola bilər.

Avtomatlaşmaya malik olmayan turoperatorlar yaxşı şərtlər təklif edə bilmirlər, çünki bu halda məhsulun maya dəyəri yüksək olur və sənədlərin hazırlanmasına daha çox vaxt tələb olunur. Turoperator axtarışı üçün agent xüsusi ədəbiyyat almali, sərgilərdə iştirak etməlidir ki, bu da xərclərin çoxalması və gəlirlərin azalması və ya xidmətlərin dəyərinin artmasına gətirib çıxarır. Bronlaşdırma sistemi isə müxtəlif turoperatorların məhsullarını təklif edir və agent müştərini daha çox qane edən məhsulu seçir. Sistemdə verilmiş məhsullarla agent firmadan uzaqlaşmadan və vəsaitlərə qənaət etməklə tanış ola bilər.

Agent seçimində müştəri onun neçə il fəaliyyət göstərməsini, bazardakı yerini, xidmətin keyfiyyətini, təklif olunan qiymətləri, çeşidi nəzərə alır. Daha çox agentliyin olması, onların bazarda daha uzun müddət fəaliyyət göstərməsi daha yaxşı çeşidlərin təklif olunması deməkdir. Lakin agentliklərin artması ilə daimi xərclər çoxalır ki, bu da rəqəbat qiymətlərinin saxlanması çətinləşdirir. Bronlaşdırma sistemi ilə işləyərək agent müştərilərə xidmət səviyyəsini yüksəldir, bununla da öz xərclərini artırmayaraq şöhrət qazanmış olur.

Bir turoperatorun böyük həcmdə məhsul təklif edə bilmədiyini nəzərə alaraq, agent bir neçə turoperatorla müqavilə bağlayır. Bu zaman agentlər öz satış texnologiyalarını turoperatorların irəli sürdükləri müxtəlif qanunlar əsasında qurmağa ulurlar. Bronlaşdırma sistemi ilə işləyərkən agent üçün bu sistemin bir nümayəndəsi ilə müqaviləsinin olması kifayətdir. Bu halda bir neçə turoperatorun məhsulları ilə iş texnologiyası unifikasiya edilmiş, yeni vahid şəkə salınmış olur.

Məhsul haqqında informasiya təqdim etmək üçün tədarükçülər reklam verməyə, bukletlər çap etdirməyə, sərgilərdə iştirak etməyə məcburdurlar. Turoperatorlar öz növbəsində əməkdaşlar və turagentlər üçün kataloqların və reklam turlarının çap etdirilməsinə vəsait sərf edirlər. Kataloqların hazırlığı zamanı turoperator yanlışlığa yol verə bilər ki, bu da turməhsulun reallaşdırılması zamanı bəzi problemlərə gətirib çıxarır. Bronlaşdırma sistemi tədarükçüyə özü haqda informasiyanı məlumat sistemində daxil etməyə imkan verir və bu, bütün turoperatorlar, eləcə də onların əməkdaşları və agentliklər üçün əlçatan olur. Bu, informasiya təhrifindən qaçmağa imkan verir və dəyişiklik zamanı onun operativ korrektor olunmasını təmin edir.

Turoperatorla işlədiyi müddətdə agent ondan qiymət cədvəli və məhsulun təsviri olan kataloq əldə edir. Əgər turoperatorların sayı çoxdursa, bu zaman agent müxtəlif cür tərtib olunmuş və hazırlanmış qiymət cədvəlləri və kataloqları ilə işləməyə məcbur olur ki, bu da işi çətinləşdirir. Hazırda turoperator qrupları meydana çıxmağa başlamışdır ki, onlar vahid kataloqlar hazırlayırlar, lakin ümumi avtomatlaşdırma sistemi olmadan onlarla işləmək çətindir, belə ki, onların hər birinin öz qeydiyyat sistemi vardır. Kataloq çap etdirərkən turoperatorlar vəsaitlərə qənaət etmək baxımından burada məhdud sayda şəkəl və informasiya yerləşdirirlər. Bronlaşdırma sistemi ilə işləyərkən isə vahid sxem əsasında təşkil olunmuş məlumat sistemi əldə olunur ki, bu da işi asanlaşdırır. Müasir bronlaşdırma sistemlərinə

çoxsaylı şəkil və ətraflı təsvirə malik olan məlumat sistemləri yerləşdirilir.

Öz işində turməhsul və tədarükçüdən asılı olaraq adi texnologiyalardan istifadə edən turoperator məhsulun dəyərinin ödənilməsinə həyata keçirməli və ya onun reallaşdırılmasına görə məsuliyyət daşımalıdır. Tədarükçü özünə aid olan hissəni müxtəlif turoperatorlar arasında bölməyə məcburdur və bu işin operativ surətdə aparılmasında tez-tez problemlər yaranır. Turməhsulun reallaşdırılması zamanı turoperator mütemadi olaraq tədarükçüyə müştərilərin siyahısı, satışın vəziyyəti haqqında informasiya verməlidir. Tədarükçü çoxlu sayda turoperator tərəfindən onun xidmətlərinin reallaşdırılması zamanı onları qiymət dəyişiklikləri haqda operativ məlumatlandırmalıdır.

Turoperatorlarla iş praktik olaraq hər gün mövcud olan turməhsul və qiymətlər haqqında informasiya alınmasını tələb edir. Turoperatorlar informasiyaların agentlərə çatdırılmasını müxtəlif üsullarla həyata keçirirlər ki, bu da əldə olunan məlumatların təkmilləşdirilməsi üçün agentdən böyük vaxt sərfini tələb edir. Mövsüm dövründə agentin informasiyanı daha tez almaq zərurəti olduğu halda bu, informasiyanın tez-tez dəyişməsi və mürciətlərin çox olması səbəbindən probleme çevrilir.

Turoperatorun daxili avtomatlaşdırma sistemi yoxdursa bir sıra çətinliklər ortaya çıxır: agent onlarla əlaqə saxlasa belə qarşıya çıxan suallara çox gec cavab verilir. Yerlərin bronlaşdırılması zamanı agent bronun təsdiq olunmasını gözləməlidir. Bəzən təsdiq növbəti gün gəldiyindən agent müştəridən bir gün sonra gəlməyi və ya zəng etməyi xahiş edir ki, bu da onun itirilməsinə gətirib çıxarır.

Başqa regionların operatorları ilə işləyərkən saat qarşılıqlı problemi meydana çıxır. Bronlaşdırma sistemi ilə işləyərkən agent bir neçə saniyə ərzində qiymətlər və yerlərin mövcudluğu haqda operativ məlumat ala bilər. Yeri bronlaşdıraraq agent dərhal təsdiq alır və bu ona imkan verir ki, müştəriyə qısa müddət ərzində xidmət göstərsin və onu itirməsin. Bu sistemlər sutkada 24 saat işləyir və bu müddət ərzində eyni vaxtda çoxlu sayda istifadəçiyə bron etməyə imkan verir.

Müştəriyə xidmət göstərən agent kataloqlarla işləyirsə, müştərinin tələbatına uyğun variantın axtarışına daha çox vaxt sərf oluna bilər. Əgər agentliyin əməkdaşı böyük təcrübəyə malikdirsə, o özündə olan informasiyadan istifadə edərək bu vaxtı azalda bilər. Lakin təcrübəli işçilər çox deyil. Əgər agentlik təcrübəli işçilərə malikdirsə ona əməkdaşların tanış olduqları turməhsul çeşidləri ilə işləmək daha rahat olur. Məhsul

assortimentinin genişləndirilməsi üçün əməkdaşları sərəgilərə, reklam turlarına göndərmək lazım gəlir.

Müştəri uyğun variantı seçdikdən sonra xidmətləri bronlaşdırmaq, bunun üçün isə sifarişi hazırlamaq və turoperatora göndərmək lazımdır. Bəzi turoperatorlar sifarişi operativ cavab verir, lakin əksər hallarda bu, bir neçə saat vaxt aparır. Müştəri bu müddəti gözləməyə-rək yollayışı başqa agentlikdən ala bilər.

Bronlaşdırma sistemi ilə işləyərkən agentliklər müştərilərə müxtəlif çeşidli turməhsul təklif edə bilər. Belə sistemlər bir neçə dəqiqə, bəzən hətta saniyə ərzində müştərinin tələbatına cavab verən turməhsulun seçilməsinə imkan verir. Burada yerləşdirilən axtarış sisteminə agentliyin əməkdaşı region, müddət, qiymət, dənizdən məsafə, hovuz və saunanın mövcud olması və s. kimi sorğuları daxil edir. Sistem qoyulan şərtlərə uyğun variantlar təqdim edir, müştəriyə isə təklif olunan variantlar arasında seçim etmək qalır. Lazımi məhsulun tez seçilməsi imkanının olması müştəridə müsbət təəssürat yaradır. Məhsul seçildikdən sonra agent bir neçə dəqiqə ərzində yeri bronlaşdırır və vauçer, hesab, tur və s. kimi mühüm sənədləri çap edir.

Göründüyü kimi, müasir informasiya texnologiyalarının turizmde tətbiq olunması, xüsusilə də bronlaşdırma sistemlərindən istifadə beynəlxalq turizmin yüksək inkişafa nail olmasının əsas səbəblərindən biridir. Beynəlxalq turizm müxtəlif sahələrinə informasiya texnologiyalarını tətbiq edərək turizm məhsulunun reallaşdırılması, otellərdə yerlərin əvvəlcədən bronlaşdırılması, nəqliyyatda biletlərin sifarişi və s. prosesləri daha tez həyata keçirmək mümkündür ki, bu da turizmin təşkilini olduqca asanlaşdırır. Odur ki, işin səmərəli təşkili və yüksək məhsuldarlıq əldə etmək üçün nəinki nəhəng turizm müəssisələri, eləcə də kiçik agentliklərin bu sistemlərdən istifadəsi mühüm hesab olunur.

● Əminə BABAYEVA,

ADMU-nun

Kulturologiya fakültəsinin magistri

## Ə d ə b i y a t

1. Гуляев В.Г. Новые информационные технологии в туризме. М.: "Издательство ПРИОР", 1999. 144 с.
2. Yeganlı S., Nacıyev E. "Turizm". Bakı-"Təhsil"-2006. 323 səh.
3. Nevzat Eraslan "Ön büro". Eğirdir-1999. 260 s.