

Малышева Д.А.

*Шулятьева Л.И., профессор*

*Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»*

*602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23*

*e-mail: demegret@bk.ru*

*Россия, Владимирская обл., г. Муром*

### **Применение информационных технологий для развития регионального туризма**

В настоящее время наука и техника стремительно развиваются. Уже никто не может представить себе мир без Интернета, компьютерной и мобильной техники, огромного количества программ и приложений, решающих самые разнообразные задачи. Использование отдельных ИТ-инструментов или сразу комплекса, кроме прочего, открывают для бизнеса огромные возможности: расширяют рынки закупки и сбыта, увеличивают количество потенциальных клиентов, позволяют быстро, эффективно и беспрепятственно обмениваться любой информацией, практически в неограниченном объеме. Разумеется, научно-технический прогресс не обошел и такую значимую для мировой экономики сферу, как туризм. В данной статье будет рассмотрено само понятие информационных технологий, какие ИТ-решения в туризме существуют в настоящее время, а также обозначены проблемы, препятствующие развитию регионального туризма и ключевые информационные технологии, способные их решить.

Данная тема является актуальной, поскольку несмотря на кажущуюся повсеместную распространённость, об эффективном применении информационных технологий, к сожалению, говорить пока рано. Особенно, когда речь заходит о региональном туризме. ИТ помогают в первую очередь рассказать потенциальным туристам о регионе (в том числе создать так называемый «бренд региона»), сформировать позитивный образ дестинации. Именно благодаря применению информационных технологий облегчается процесс поиска, подбора, бронирования, обмена документами при покупке готового туристского продукта, либо при самостоятельном планировании путешествия – несмотря на расстояние или разницу во времени, ИТ объединяют в одном пространстве и поставщиков, и потребителей. Все это в совокупности позволит эффективно развивать региональный туризм, улучшая экономическое благосостояние и отдельных регионов, и страны в целом. Именно поэтому необходимо популяризировать использование ИТ в туризме, причем как на уровне бизнеса, так и на уровне правительства.

Рассмотрим, что понимается под информационными технологиями:

Информационная технология (информационные технологии) - совокупность методов, производственных и программно-технологических средств, объединенных в технологическую цепочку, обеспечивающую сбор, хранение, обработку, вывод и распространение информации. Информационные технологии предназначены для снижения трудоемкости процессов использования информационных ресурсов [1].

Какова цель развития и распространения информационных технологий? Информационные технологии призваны, основываясь и рационально используя современные достижения в области компьютерной техники и иных высоких технологий, новейших средств коммуникации, программного обеспечения и практического опыта, решать задачи по эффективной организации информационного процесса для снижения затрат времени, труда, энергии и материальных ресурсов во всех сферах человеческой жизни и современного общества.

Для развития туризма в настоящее время в мировой практике применяются следующие технологии:

- глобальные системы бронирования;
- информационные системы менеджмента;
- интегрированные коммуникационные сети;
- мультимедийные системы;
- цифровые телефонные сети;

- спутниковые коммуникации;
- электронная коммерция;
- облачные технологии;
- IP-телефония;
- продвижение в социальных сетях;
- интернет-реклама;
- чат-боты для общения с клиентами;
- smart cards и другие.

Перечисленные технологии могут применяться как по отдельности, так и в комплексе. Однако, поскольку речь идет о развитии регионального туризма, хотелось бы отдельно обозначить информационные технологии, применение которых позволит развивать отрасль именно в отдельных дестинациях. Но прежде важно обозначить ключевые проблемы, препятствующие развитию регионального туризма:

1. Отсутствие, либо недостаточная распространенность, информации о регионе, как о туристическом направлении.
2. Распространённость только клишированных представлений о регионе, из-за чего дестинация, имеющая ресурсы для привлечения туристов по другим направлениям, кроме общеизвестных, теряет большую часть потенциальных посетителей.
3. Отсутствие туристической информации о регионе, либо ее ненадлежащее качество (сведения недостоверные, устаревшие), либо имеющаяся информация не отвечает требованиям туристов.
4. Сложности с поиском и приобретением подходящего туристского продукта:
  - отсутствие единой системы, собирающей предложения от разных туроператоров и турагентов;
  - однообразии предлагаемых туристских продуктов;
  - часто: предложение только групповых туров, что подходит далеко не всем туристам;
  - отсутствие готовых туристических предложений в регион.
5. Сложности с поиском, бронированием гостиниц, а также с использованием возможностей общественного транспорта.

Технологии, которые позволят устранить данные проблемы можно назвать:

1. Мультимедийные технологии.

Это в первую очередь различные каталоги и справочники. В них можно найти подробные данные о странах, регионах, маршрутах, отелях, достопримечательностях и т.д. Также, в каталогах представлена информация о правилах поведения в экстремальных ситуациях и грамотном оформлении документов. Клиенты получают возможность планирования тура с учетом цен, скидок, сезона, транспорта.

Мультимедийные технологии представлены сайтами и приложениями для мобильных устройств, часто в РФ они имеют название «портал» (например, «Национальный туристический портал»).

Преимущества мультимедийных технологий, при их грамотном применении:

Первое и, пожалуй, главное преимущество заключается в том, что благодаря туристическим порталам в Интернете в принципе появляется информация о том или ином регионе, как о туристическом направлении, ведь зачастую, главная причина, по которой туризм в регионе не развивается это то, что люди просто не знают про данную дестинацию, либо не представляют ее в качестве места отдыха. Туристические порталы позволяют решить эту проблему.

Второе преимущество: вся информация, которая может понадобиться туристу находится в одном месте. Благодаря туристическому portalу, туристу не нужно отдельно искать туристские услуги, гостиницы, информацию о транспорте, маршрутах, а также о достопримечательностях, особенностях региона и проч.

Третье преимущество: информация, размещенная на официальных туристских порталах актуальная, достоверная и максимально понятная для туриста.

Однако, на практике существует постоянно встречающаяся проблема электронных туристических ресурсов в России. Она заключается в том, что они создаются с учетом полного или частичного бюрократического подхода: часто за такими порталами скрываются сайты государ-

ственных органов, регулирующих туризм, а информация может быть совсем не для туристов (например, обращения главы региона во всю страницу, или информация о выборах), еще одно проявление бюрократического подхода — неудобное и непонятное структурирование информации на сайтах. Для того, чтобы туристический портал стал эффективным инструментом развития регионального туризма требуется уделить много внимания детальной проработке содержания такого сайта, а именно виду, форме и качеству размещаемой информации, а также качеству интерфейса – как визуально-эстетического, так и практического (удобство навигации, соблюдение логических принципов при переходе от страницы к странице и т.п.)

Также к преимуществам, способным увеличить турпоток в регион является качественно проработанный маршрутный блок (не только перечислены достопримечательности, но подробно описаны возможности до них добраться, приложены актуальные карты, расписания транспорта и т.д.) и доступность информации на сайте в полном объеме хотя бы на 2-5 языках, кроме русского.

## 2. Электронная коммерция.

Суть данной технологии – осуществление покупки в домашних условиях в режиме реального времени. Это стало возможным благодаря интернету и электронным средствам платежа.

Создание виртуальных туристских бюро (интернет – магазинов, объединяющих сразу многих продавцов) позволит объединить все разнообразие рынка турпродуктов, простимулировать продавцов создавать оригинальные и уникальные туры и в целом расширить географию сбыта и привлечь новых клиентов.

## 3. Системы бронирования.

Одна из важнейших информационных технологий в сфере туризма – это системы бронирования. Они позволяют выбирать и бронировать услуги перевозчиков, предприятий размещения, питания, а также другие туристские услуги. Преимуществами онлайн-систем бронирования является:

- экономия времени;
- актуальность данных о наличии мест, билетов, свободных дат;
- быстрое резервирование (не нужно писать или звонить, либо ждать, пока запрос обрабатывается менеджером, пока он свяжется с покупателем и подтвердит бронь).

Таким образом, можно сказать, что в настоящее время в туризме применяется очень много самых разнообразных информационных технологий, направленных на решение задач отрасли. Их комплексное использование позволит эффективно развивать туризм за счет открытия новых рынков сбыта и привлечения большого количества потенциальных туристов, распространения информации о регионе, популяризации дестинации, как туристского направления, формирования представления у потенциальных туристов о регионе, как о безопасном и интересном месте для путешествий.