

# Важность применения информационных систем в формировании регионального туристического продукта

## Казаков К. П.

*Казаков Константин Петрович / Kazakov Konstantin Petrovich - магистрант,  
кафедра электронной коммерции, факультет аспирантуры и магистратуры,  
Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, г. Самара*

**Аннотация:** в статье анализируется важность применения информационных систем в формировании регионального туристического продукта. Особенности построения подобных систем и их функция.

**Abstract:** the article examines the importance of application of information systems in the formation of a regional tourist product. Features of construction of such systems and their function.

**Ключевые слова:** туризм, туристическая отрасль, информационные системы.

**Keywords:** tourism, tourism industry, tourist attraction, information system.

В условиях кризисного состояния экономическое развитие регионов Российской Федерации во многом зависит от возможности и способности диверсифицировать основные источники поступления средств и инвестиций от различных отраслей. В данной ситуации одним из перспективных направлений является формирование в регионах туристического продукта и туристического бренда, который сможет привлечь не только туристов, но и инвесторов, способных на реализацию проектов в условиях низкого уровня развития инфраструктуры.

Регионы страны, обладая значительными историко-культурными и природными ресурсами, имеют все перспективы для формирования комплексного туристического продукта, способного привлечь к себе большое внимание как отечественных, так и иностранных туристов.

На сегодняшний день формирование комплексного туристического продукта позволит регионам диверсифицировать экономику и привлечь инвестиции для развития туристско-рекреационного кластера, что, несомненно, положительно скажется на экономическом развитии [2].

При этом для достижения подобной цели должна быть проделана очень большая работа: формирование туристической инфраструктуры в регионе и продвижение созданного продукта на российский и зарубежный рынок. Важнейшим этапом данной работы является создание туристических информационных систем, способных предоставить комплекс информационных и сопроводительных туристических услуг для пользователя в полном объеме [1].

На данном этапе развития техники и технологий турист, чтобы отправиться в то или иное место, в первую очередь заходит во всемирную сеть и собирает всю интересующую его информацию. Именно в этот момент происходит окончательное принятие решения о месте назначения, соответственно в этом направлении и следует двигаться для привлечения туристов. Необходимо создание информационных систем, способных не только предоставить информацию о месте, а увлечь пользователя в путешествие уже в сети, но при этом система должна не просто привлечь пользователя своей информацией, но и предоставить полный спектр услуг и данных по выбранному туристическому объекту.

Подобные информационные системы способны стать основными механизмами привлечения туристов и каналами продвижения регионального туристического продукта. При этом очень важен этап их проектирования: необходимо создать интуитивно понятную и адаптируемую под пользователя систему, не требующую особых навыков работы от конечного пользователя.

По своей сути системы подобного класса могут стать одним из важнейших и необходимых элементов туристической инфраструктуры любого региона, но на сегодняшний день они отсутствуют почти во всех регионах страны, что позволяет говорить об инновационной составляющей идеи создания подобного вида информационной системы. Вместе с тем, в Самарской области и в других регионах имеется острая необходимость в ее появлении, что обуславливает актуальность поднимаемой проблемы.

Инновационный потенциал такой туристической системы позволит значительно расширить возможности продвижения регионального туристического продукта на рынок и сформирует предпосылки для дальнейшего развития туристической инфраструктуры региона. Но при этом важно понимать, что очень многое зависит от четкой и понятной реализации данной системы для конечного пользователя.

Таким образом, можно сделать вывод о значительной важности применения информационных систем для формирования и продвижения регионального туристического продукта и возможном скором появлении систем подобного класса.

### Литература

1. Быстрянецов С., Кузнецова Г. Информационные технологии в рекламе туристского продукта //

Конкуренция и рынок, 2002. № 2 (13).

2. Казаков К. П., Крюкова А. А. Оценка туристической привлекательности Самарской области и механизмы ее совершенствования// Проблемы современной науки и образования, 2016. № 1 (43). С. 131–135.