

РОЛЬ ИНФОРМАЦИИ В ТУРИЗМЕ

К. Черепанова, Е.А. Шанц

Щадринский государственный педагогический институт, г. Щадринск, Россия

sokrovische@glstar.ru

Современный туризм является одной из крупнейших, высокодоходных и наиболее динамичных отраслей мировой экономики. Успешное развитие туризма оказывает влияние на такие ключевые сектора, как транспорт и связь, торговля, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и др. Создание развитой туристской индустрии имеет большое значение в эффективном направлении структурной перестройки экономики России.

В современном информационном обществе повышается значение информации как товара. Это является следствием общего роста информационных потребностей и выражением развития отрасли информационных услуг.

Информационную сферу туризма образуют следующие составляющие:

1. Информация.
2. Пользователи (потребители) информации.
3. Информационные ресурсы.
4. Поставщики (собственники и владельцы) информации и ресурсов.
5. Информационные системы.
6. Системы бронирования и продаж.
7. Информационные процессы.
8. Средства обеспечения информационных систем и их технологий.

Связующим центром, удерживающим различных производителей в рамках туристической отрасли, является *информация*. Именно информационные потоки, а не товары обеспечивают связи между производителями туристических услуг; они идут не только в виде потоков данных, но выступают также в форме услуг и платежей.

Услуги, например, ночевка в гостинице, аренда автомобиля, комплексные туры и места в самолетах, не пересылаются турагентам, которые, в свою очередь, не хранят их до тех пор, пока не продадут потребителям. Передается и используется информация о наличии, стоимости и качествах этих услуг. Точно так же реальные платежи не переводятся от турагентов турпоставщикам, а комиссионные – от турпоставщиков турагентам. На самом деле переводится *информация* о платежах и поступлениях.

Существует немного других отраслей, в которых сбор, обработка, применение и передача информации были бы настолько же важны для ежедневного функционирования, как в туристической индустрии. Услуга в туризме не может быть выставлена и рассмотрена в пункте продажи, как потребительские или производственные товары. Ее обычно покупают заранее и вдали от места потребления. Таким образом, туризм на рынке почти полностью зависит от изображений, описаний, средств коммуникаций и передачи *информации* [6].

А. Моль представляет информацию мерой сложности структур, мерой упорядоченности материальных систем [1].

Родигин Л.А определяет информацию как связующее звено туристкой деятельности [6].

Наблюдается активизация использования информационно-коммуникационных технологий в туризме, который также является приоритетной отраслью российской экономики. Использование информационных технологий в туристской сфере является одним из ключевых моментов развития и способно значительно увеличить её экономическое и качественные показатели.

Наблюдается значительный дефицит качественной туристской информации, особенно касающейся внутренних российских турпродуктов, что отрицательно сказывается на удовлетворении растущего спроса, тормозит его развитие.

В заключении хотелось бы отметить то, что в современном обществе информация выступает как товар, а сфера туризма определяется как информационно насыщенная услуга, что говорит о непосредственной связи информации с туристской деятельностью. Туризм в современной интерпретации не может существовать без передачи информации. Он выступает как – информационно насыщенная услуга, что лишний раз говорит о значимой роли информации в сфере туризма.

Литература

1. Абдеев, Р.Ф. Философия информационной цивилизации / Р.Ф. Абдеев. – 1994.
2. Александрова, А.Ю. Экономика и территориальная организация международного туризма / А.Ю. Александрова. – - М., 1996.
3. Биржаков, М.Б. Введение в туризм / М.Б. Биржаков. – - СПб., 2001.
4. Коробейников, Н.К., Михеев А.А., Николенко И.Г. Физическое воспитание: Учеб. пособие для ср. спец. учеб. заведений / Н.К. Коробейников, А.А. Михеев, И.Г. Николенко. – М.: Высш. Шк., 1984. – 336 с.
5. Пугачёва, А.В. проблемы и перспективы современного туризма / А.В. Пугачева // Информационное обеспечение сотрудничества в сфере туризма: сборник работ по материалам Первой международной заочной научно-практической конференции. – Тула, 2009. – С. 199.
6. Родигин, Л.А. Информационные технологии в гостиничном и туристском бизнесе / Л.А. Родигин. – М.: РМАТ, 1999. – 33.