

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ТУРИСТСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ТЕРРИТОРИИ

к.э.н., доцент Вишневская Е.В., к.э.н., доцент Климова Т.Б.,

к.э.н. Богомазова И.В.

г. Белгород, Россия

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Аннотация: На современном этапе развития мирового туристского рынка все большее распространение приобретают информационные технологии. Современные геоинформационные технологии позволяют создавать разнообразные туристические продукты. Каждый турист с использованием материалов подобного туристского продукта сможет быстро получить любую информацию в виде карт, цифровых моделей, графиков, диаграмм и других способов визуализации. Особое внимание следует уделить разработке уникальных туристских мультимедийных путеводителей. Полнофункциональный мультимедийный аудиогид обладает всей полнотой информации, и при этом знакомство с новыми городами, их улицами и памятниками становится удобным, простым и в то же время увлекательным. В связи с этим представляется целесообразным разработать программу развития рекреационного туризма в Белгородской области на основе использования геоинформационных технологий, которая будет предусматривать: исследование памятников природы и других туристических объектов Белгородской области; проектирование новых туристических маршрутов; создание аудиогидов; оптимизацию процесса выбора туристических маршрутов и другое.

Ключевые слова: мобильные приложения, аудиогид, интерактивный контент, туристский потенциал региона.

OF MODERN MOBILE APPLICATIONS TO IMPROVE TOURIST ATTRACTION TERRITORY

C.e.s, A.P. Vishnevskaya E.V., C.e.s, A.P. Klimova T.B.,

C.e.s, Bohomazov I.V.

Belgorod, Russia

Belgorod State National Research University

Abstract: At the present stage of development of the world tourism market becoming increasingly common information technology. Modern GIS technology can create a variety of travel products. Every tourist using materials such tourist product can quickly get geo-buoy data in the form of maps, digital models, graphs, charts, and other imaging methods. Particular attention should be paid to the development of unique tourist mul-timediynyh guidebooks. A full-featured multimedia audio guide has all the information, and at the same time meeting new cities, their streets and monuments becomes a convenient, simple and at the same time fascinating. In this regard, it seems appropriate to develop a program for the development of recreational tourism in the Belgorod region, based on the use of geographic information technologies, which will include: a study of natural monuments and other tourist facilities in Belgorod region; design of new tourist routes; creating audio guides; optimization of the selection process and other tourist destinations.

Keywords: mobile applications, audio guide, interactive content, the tourist potential of the region.

На современном этапе развития все большее распространение приобретают информационные технологии и программные средства в сфере туристского бизнеса. Эволюция и технический прогресс проникают в туризм и организацию экскурсионной деятельности: разрабатываются и предлагаются туристам уникальные мультимедийные путеводители и для мобильных телефонов, работающих при помощи GPS-навигации.

Отметим, что несмотря на развитие геоинформационных систем, данные технологии не являются достаточно значимым инструментом в современном туристическом бизнесе России, тогда как за рубежом геоинформационные технологии являются неотъемлемой частью некоторых крупных туристических и социокультурных проектов. Особую роль геоинформационные системы играют при разработке проектов перспективного планирования развития туризма в регионе.

Аудиогиды широко распространены за рубежом, все больше они появляются и в России. Они создаются как музеями, так и независимыми разработчиками. Услуги аудиогuida предоставляют некоторые операторы мобильной связи. В России аудиогиды можно встретить в таких музеях как: Государственный Эрмитаж, Третьяковская галерея, Государственный музей изобразительных искусств имени А.С. Пушкина др. Для музеев аудиогиды являются одним из сервисов для посетителей и обычно предоставляются за отдельную плату. Независимые разработчики распространяют аудиогиды как на платной основе (в виде дисков или платных услуг интернет-сайтов), так и на бесплатной [2].

Эксперты выделяют основные российские драйверы рынка разработки мобильных приложений.

1. Рост мобильного потребления. В целом растет потребление мобильных сервисов населением России, растут продажи смартфонов, растет потребляемый мобильный трафик, растут продажи планшетов. Этот рост фундаментален для роста рынка мобильной разработки.

2. Рост мобильной рекламы. Рынок мобильной рекламы связан с рынком мобильной разработки непосредственно, и данные рынки растут сравнимыми темпами, являясь смежными. Рост бюджетов мобильной рекламы является последовательным и закономерным в зависимости от роста количества мобильных приложений и их конкуренции за пользователя.

3. Стимулирование данного рынка со стороны владельцев платформ. Google, Apple, Microsoft стимулируют разработчиков локальных рынков, путем проведения конкурсов, создания более выгодных условий сотрудничества. Цель владельцев платформ – максимальное количество приложений для своей платформы и получение более конкурентного сервиса для пользователя. На это тратятся большие бюджеты, но в долгосрочной перспективе это будет иметь плоды. По данным экспертов J'son & Partners Consulting, новая операционная система, которую запускает Samsung, будет достаточно агрессивно привлекать разработчиков.

4. Достаточно высокие бюджеты на разработку. Рынок мобильной разработки является трендовым среди прочих рынков разработки, поскольку бюджеты на разработку мобильных приложений остаются достаточно высокими, несравнимыми с бюджетами на разработку сайтов. Хотя, по мнению многих

экспертов, цены на разработку приложений существенно снизятся в ближайшие два года [1].

Среди немногочисленных барьеров роста рынка мобильных приложений эксперты Json & Partners Consulting выделили только два пункта: неосведомленность пользователей. Владельцы смартфонов, особенно их возрастная аудитория, не пользуются большинством полезных функций телефона, а используют его как обычный сотовый телефон для звонков и SMS; сложности оплаты. Сложность оплаты для многих пользователей развивающихся рынков остается основным препятствием в росте рынка, люди пока не до конца доверяют мобильным системам и не хотят оставлять данные своих платежных инструментов в системе.

На 2013 год в мире загружено более 100 млрд. приложений, 20% из них – приложения в сфере туризма. Относительно новым направлением на рынке приложений для путешественников являются аудиогиды для смартфонов – удобный вариант для самостоятельного знакомства с городскими достопримечательностями.

По сравнению со своими традиционными конкурентами аудиогиды для смартфонов обладают рядом неоспоримых преимуществ. В отличие от бумажных путеводителей аудиогид можно слушать, с удовольствием рассматривая достопримечательности, а не листая страницы путеводителя, чтобы прочитать описание объекта. Подобное приложение дает полную свободу передвижения [3].

Кроме того, во многих городах сложно найти и индивидуального гида, хорошо говорящего на русском или английском языке. В то же время, мобильные аудиогиды – это увлекательный авторский рассказ, как правило, на нескольких языках. Последний немаловажный фактор при выборе способа знакомства с городом – цена. Стоимость экскурсии в мобильном аудиогиде стартует от 0,99 долл., а вот хороший путеводитель, организованная или индивидуальная прогулка обойдутся не меньше 20 долл. [6].

Несмотря на информатизация и компьютеризацию туристских процессов и создание в последние года мобильных гидов как приложений для путешественников необходимо отметить слабую насыщенность данного рынка. Очевидно, что в условиях конкуренции возникает качественный продукт отвечающий максимально требованиям современного туриста [6].

Рассмотрим рынок мобильных экскурсионных приложений в области туризма. Для туризма существуют следующие приложения: переводчики, бронирование отелей (Hotellook, Booking,) покупка билетов (Aviasales, Scyscanner), путеводители (TravelMe), поиск попутчиков (BlaBlaCar), аренда автомобилей (Sixt), карты.

Сегодня мобильные приложения, созданные для планшетов и смартфонов, это инновационное средство стимулирования внутреннего туризма и продвижения инвестпроектов. Основные преимущества мобильных приложений: упрощение коммуникации между брендом и пользователем, экономическая выгода и удобство использования. В зависимости от специфики компании и текущих бизнес-приоритетов, мобильные приложения могут стать эффективным маркетинговым инструментом для привлечения новых клиентов или удобным сервисом для работы с существующей клиентской базой.

Интерактивные путеводители имеют возможность геолокации и построения маршрутов, интеграции с соцсетями, виртуальные галереи, использование приложения без постоянного подключения к сети, интерактив, включая видео, анимированную графику, 3D, аудиокомментарии, круговые панорамы. Можно внедрять в приложения маркетинговые инструменты – акции, опросы. Специальные счетчики позволят вести детальный анализ взаимодействия пользователя с контентом. Можно также ввести информацию об инфраструктуре всех типов для людей с ограниченными физическими возможностями.

Российский рынок аудиогидов для смартфонов пока что не очень насыщен. Существует с десяток приложений разного уровня качества, среди которых выгодно выделяются аудиогиды от компании TravelMe – красивые, функциональные и интуитивно понятные в использовании. В каждом из приложений от TravelMe можно найти от шести до десяти маршрутов по главным городским достопримечательностям, общей продолжительностью более двух часов, более 50 красочных фотографий и GPS-карту для удобства ориентации на месте. Ничего лишнего – все просто и очень удобно, достаточно скачать приложение на телефон, выбрать интересующий маршрут, включить наушники и отправляться гулять в собственном режиме [4].

Рост рынка мобильных приложений в России является одним из наиболее значительных среди крупных мировых рынков. Главная тенденция – пользователей интересует все более качественный продукт. Теперь для успеха приложения уже недостаточно одной лишь хорошей идеи. Пользователю обязательно нужна удобная и красивая реализация, иначе продукт попросту не будет востребован и его место быстро займут конкуренты.

Белгород – город с многовековой историей. Сохранить её для современников и потомков – одна из задач, которые ставят перед собой городские власти. «Музей под открытым небом» призван информировать жителей о важнейших вехах истории Белгорода, делать пребывание в городе увлекательным. Недавно город-музей пополнился памятником первому белгородскому губернатору Юрию Юрьевичу Трубецкому, генералам Дренякиным, рядом контактных скульптур, малых архитектурных форм. Мэр Белгорода Сергей Боженков считает, что образовывать и развивать горожан, прививать им любовь к родному месту – тоже задача городской среды.

Белгородский литературный музей первый в регионе начал предоставлять аудиоэкскурсии с помощью мобильного приложения. Нововведение предназначено для смартфонов и планшетных компьютеров, работающих на операционных системах iOS и Android.

Современные мобильные гиды должны сочетать в себе интерактивность, доступность, информативность и профессиональный контент. Сначала необходимо определяем положение пользователя, находим подходящие объекты на карте, предоставляем качественный медиа-контент (аудиовизуальное описание культовых объектов; готовые турмаршруты) и связываем туристов и гидов на местах [5].

По данным социологических исследований ВЦИОМ в 2011 году 32 млн. туристов в России из них 9 млн. потенциальных клиентов мобильных гидов, объем рынка мобильных гидов 8,91 млн. долл. Таким образом, можно сделать

вывод, что мобильные приложения являются инструментом развития туризма и привлечения инвестиций.

Благодарности. Исследование выполнено в рамках реализации грантов на проведение научно-исследовательских работ по приоритетным направлениям социально-экономического развития Белгородской области «Повышение туристской привлекательности территории на основе внедрения мультимедийного и интерактивного контента».

Литература

1. Vishnevskaya, E., Klimova T., Dumacheva E., Bogomazova I. CURRENT ISSUES IN THE DEVELOPMENT OF MODERN GUIDE USING GIS TECHNOLOGIES / E. Vishnevskaya, T. Klimova, E. Dumacheva, I. Bogomazova // *Advances in Environmental Biology*, 8(13) August 2014. – Pages : 305-308.
2. Климова, Т.Б. Вишневская Е.В. Мобильные технологии в развитии туристских дестинаций / Т.Б. Климова, Е.В. Вишневская // *Научное обозрение*. – 2014. – №8. – С. 666 – 669.
3. Ковалев, Ю.П. Туристско-рекреационный потенциал и развитие туристской сферы региона / Ю. П. Ковалек // *Туризм, экология и устойчивое развитие регионов: материалы международной научно-практической конференции*. – Тверь : ТвГУ, 2003. – С. 211 – 219.
4. Красовская, О.С. ГИС в системе территориального планирования и управления территорией: учебник для вузов. – М. : ArcReview, 2005. – 238 с.
5. Шматченко, В. Ф. Применение информационных технологий для развития туризма в России / В. Ф. Шматченко, В. В. Шматченко // *Труды академии туризма*. – Санкт-Петербург, 1995. – С. 221 – 223.
6. Pan, B., Xiang, Z., Law, R. & Fesenmaier, D.R., 2011. The dynamics of search engine marketing for tourist destinations. *Journal of Travel Research*, 50(4) : 365 – 377.

УДК 338.484.2

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МОБИЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

*к.э.н., доц. Климова Т.Б., к.э.н., доц. Вишневская Е.В.
к.э.н., доц. Богомазова И.В.*

Белгород, Россия

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Исследование выполнено в рамках реализации грантов на проведение научно-исследовательских работ по приоритетным направлениям социально-экономического развития Белгородской области «Развитие событийного туризма как ресурса продвижения регионального туристского продукта и популяризации культурно-исторического наследия».

Аннотация: изменение потребностей современных туристов диктует необходимость использования инновационных технологий. В статье рассматриваются мобильные технологии, позволяющие самостоятельно организовать путешествие, не прибегая к услугам туристских компаний.

Ключевые слова: самостоятельный туризм, мобильные экскурсионные технологии, мобильные приложения, рынок мобильного бронирования.