

## **ПОВЫШЕНИЕ ТУРИСТСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ТЕРРИТОРИИ В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ**

**Вишневская Е.В.<sup>1</sup>, Климова Т.Б.<sup>1</sup>, Богомазова И.В.<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>ФГАОУ ВПО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет», Белгород, Россия (308015, Белгород, НИУ «БелГУ» ул. Победы, 85), e-mail:vishnevskaya@bsu.edu.ru

Главная тенденция развития туризма – это разработка приложений для мобильных телефонов, 20% из которых - приложения в сфере туризма. Относительно новым направлением на рынке мобильных приложений для путешественников являются аудиогиды – удобный вариант для самостоятельного знакомства с городскими достопримечательностями. Существующие на рынке мобильные приложения имеют недостатки. Но в сравнении со своими традиционными конкурентами мобильные аудиогиды обладают рядом неоспоримых преимуществ. В отличие от бумажных путеводителей аудиогид можно слушать, с удовольствием рассматривая достопримечательности, имея полную свободу передвижения. Российский рынок мобильных аудиогидов пока что не очень насыщен. Главная тенденция – пользователей интересует все более качественный продукт. Белгородский литературный музей первым в регионе начал предоставлять аудиоэкскурсии с помощью мобильного приложения. Многие горожане и гости Белгорода отмечают историческую привлекательность Белгорода благодаря проекту «Музей под открытым небом». Мобильные приложения являются инструментом развития туризма и привлечения инвестиций.

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

## **INCREASING TOURIST ATTRACTIVENESS OF THE TERRITORY IN THE CONTEXT OF THE DEVELOPMENT OF MOBILE APPLICATIONS**

**Vishnevskaya E.V.<sup>1</sup>, Klimova T.B.<sup>1</sup>, Bohomazov I.V.<sup>1</sup>**

Belgorod State University, Belgorod, Russia (308015, Belgorod, NIU "BSU" Pobedy str., 85), e-mail:vishnevskaya@bsu.edu.ru

The main trend of development of tourism development prilozhnits for mobile phones, 20% of them – applications in the field of tourism. A relatively new trend in the market applications for travelers are audio guides – convenient option for independent exploring the city attractions. Existing mobile applications on the market have flaws. But compared with their traditional rivals mobile audio guides have several advantages. Unlike paper guidebooks audioguide you can listen with pleasure seeing the sights, with full freedom of movement. The Russian market of mobile audio guides are not yet very saturated. Main trend – people are more interested in a quality product. Belgorod Literary Museum in the region first began providing audio tours using mobile applications. Many citizens and guests celebrate the historic attraction of Belgorod Belgorod thanks to the project “open air museum”. Mobile application, are a tool for tourism development and investment attraction.

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

Согласно исследованиям экспертов туристического рынка, за 2014 г. число самостоятельных онлайн-бронирований услуг для путешественников по сравнению с 2013 г. увеличилось практически в 1,5 раза. Отметим, что путешественники не только самостоятельно бронируют билеты, гостиницы, транспортные средства в Интернете, но и осваивают новые технологии, которые позволяют сделать путешествие максимально удобным и интересным. Как отмечают аналитики, главная тенденция развития туризма – приложения для мобильных телефонов.

Целью исследования является изучение влияния развития мобильных приложений на повышение туристской привлекательности региона.

Аудиогиды получили широкое распространение 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 [7].

Разработкой мобильных приложений в России занимаются компании e-Legion, HintSolutions, InfoShell, RedMadRobot, UnrealMojo, ID Company, iDEast, MobileUp, DevPocket и «Бизнес мобайл медиа».

В 2015 г. Ruward соединил данные по девяти популярным рейтингам mobile-сегмента России, и на основании этих данных был сформирован единый рейтинг, первое место в котором заняла компания REDMADROBOT, второе и третье получили e-Legion и UnrealMojo.

Отметим, что значительное количество компаний, занимающихся разработкой приложений на заказ, имеют полноценную англоязычную версию сайтов и зачастую указывают ее «по умолчанию».

Программы, игры и другие приложения распространяются разработчиками через магазины AppleAppStore, GooglePlay, WindowsPhoneStore, BlackBerryAppWorld. Как отмечают исследователи рынка приложений для смартфонов, основными направлениями, в которых работают программисты, сегодня являются приложения для приема электронной почты, для прослушивания музыки, просмотра видеороликов и фильмов, для просмотра и загрузки фотографий, чтения электронных книг и уже названные всевозможные приложения для офисной работы.

По мнению J'son&PartnersConsulting, основными российскими драйверами рынка разработки мобильных приложений являются следующие.

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. Согласно данным J'son&PartnersConsulting к 2016 г. составит \$65,79 млрд, темпы роста российского рынка мобильных приложений практически не будут отличаться от мировых [6].
2. Рост мобильной рекламы. Рынок мобильной рекламы непосредственно связан с рынком мобильной разработки, 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 [9].

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&PartenrsConsulting, новая операционная система, которую запускает Samsung, будет достаточно агрессивно привлекать разработчиков [2].

4. Достаточно высокие бюджеты на разработку. Рынок мобильной разработки является трендовым среди прочих рынков разработки, поскольку бюджеты на разработку мобильных приложений остаются достаточно высокими, больше затрат на разработку сайтов. Хотя, по мнению многих экспертов, цены на разработку приложений существенно снизятся в ближайшие два года.

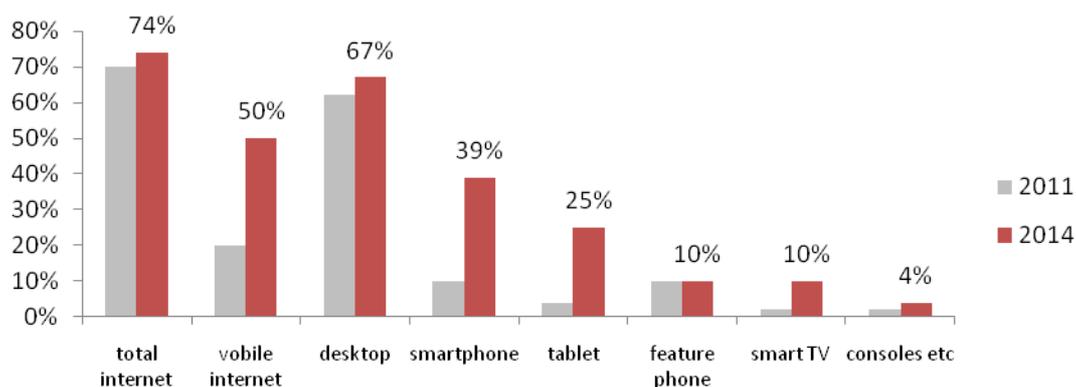
На 2014 г. в мире загружено более 100 млрд приложений, 20% из них – приложения в сфере туризма.

Основные заказчики мобильных приложений:

- 1) Travel-менеджмент, стимулирование внутреннего туризма (путеводители, интерактивные гиды, навигационные приложения, презентации регионов);
- 2) инвестиционные проекты;
- 3) Promo-приложения (каталоги туристских выставок, промо-презентации туристических услуг).

По оценкам аналитического центра Distimo, объем рынка мобильных приложений сегодня составляет \$1,5 млрд, за 2013 г. он вырос на 125%, к 2016 г. может достичь \$7,1 млрд. В России большая часть рынка принадлежит мобильным приложениям для Iphone и Ipad. Приложения от GooglePlay составляют около трети рынка [4].

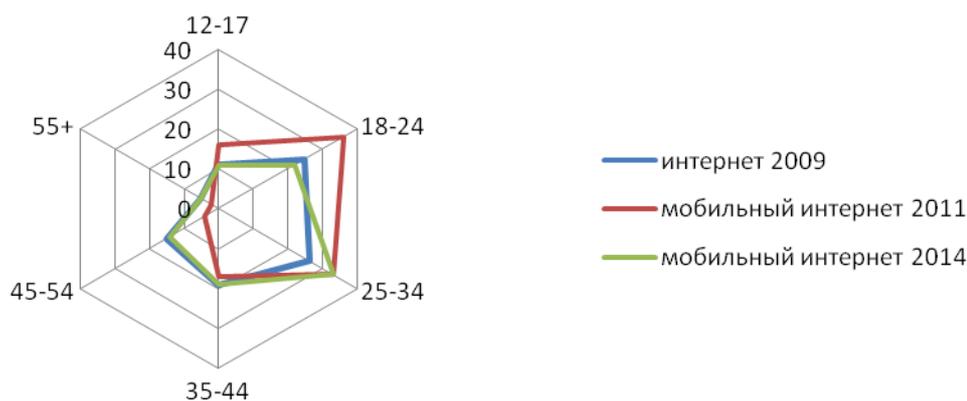
По данным исследования компании, 67% от всего населения страны старше 12 лет выходят в сеть с десктопов. При этом всего 74% исследуемых являются активными интернет-пользователями, а 50% используют мобильный интернет (рис. 1). Последний показатель вырос более чем в 2 раза с 2011 г. (включая использование смартфонов (до 39% населения), планшетов (25%), Smart TV (10%), консолей (4%) и обычных телефонов (10%)).



*Рис. 1. Распределение пользователей по вариантам выхода в интернет*

*(TNSWebIndex установочное исследование, Россия, декабрь 2011 г. и декабрь 2014 г. 12 лет и старше, % от населения)*

81% пользователей стационарных компьютеров выходят с них в сеть ежедневно, остальные 19% – реже 1 раза в день, но хотя бы 1 раз в месяц. Аудитория мобильного интернета более активна – 83% вовлеченных каждый день. Планшет используют 60% людей.



*Рис. 2. Возрастная структура пользователей интернета в России (TNSWebIndex*

*установочное исследование, Россия, август 2009 г., ноябрь 2011 г. и декабрь 2014 г. 12 лет и старше, % от населения)*

Гендерное ранжирование в мобильном сегменте сети стремится к структуре «большого интернета», хоть и сдвинуто пока в сторону молодых пользователей (рис. 2). В 2009 г. то же самое происходило со всей онлайн-аудиторией, т. е. за последние 5 лет весь интернет нарастил долю пользователей среди старших возрастных групп. Общее проникновение интернета в 2017 г. составит около 77%.

Количество платных загрузок непрерывно растет. И именно мобильная реклама станет новым толчком для выхода туристической отрасли из кризиса. В 1 квартале 2014 г. рынок путешествий вышел на третье место по мобильным кликам и вместе с рынком ритейла, автомобильного бизнеса и частных объявлений получил 70% от общего времени в мобильном интернете.

В отпуске 34% свободного времени путешественники предпочитают пользоваться смартфоном, а не другими гаджетами (ноутбуками, плеерами, навигаторами и другими устройствами).

В исследовании компании Google говорится о росте популярности мобильного поиска 2014 г. по сравнению с 2013 г. В этом году 24% опрошенных TopTripTip использовали мобильные поисковые системы для планирования своего путешествия, в то время как в 2013 г. данный показатель был равен 18% [5].

Большую популярность сегодня получают локальные путеводители - по определенным странам или городам.

Заметный тренд – приложения «советчики», содержащие в себе информацию по всем окружающим путешественника объектам, будь то парки, рестораны или автобусные остановки. Создатели известного приложения Foursquare основным сервисом делают именно рекомендации - можно прочитать отзывы людей обо всем, что находится вокруг, добавить свое мнение, поделиться фотографиями, оценить кухню - в общем, оставить свой виртуальный след в истории понравившегося места.

Несмотря на информатизацию и компьютеризацию туристских процессов и создание в последние годы 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.

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.

Ознакомившись с приложениями, которые существуют на рынке, мы нашли в них некоторые недостатки. Основные из них:

- 1) в навигационных программах мало информации о достопримечательностях;
- 2) в туристических – плохая навигация;
- 3) много ненужной информации о гостиницах, магазинах и точках общепита. В результате найти нужную достопримечательность становится непросто;
- 4) информацию, как правило, необходимо читать, что на ходу не просто неудобно, но и небезопасно.

Таким образом, туристский экскурсионный путеводитель должен содержать рассказ о достопримечательностях, и необходимо, чтобы он был в виде аудиозаписи.

Сегодня мобильные приложения, созданные для планшетов и смартфонов, - это инновационное средство стимулирования внутреннего туризма и продвижения инвестиционных проектов [8]. 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, виртуальными галереями, использования приложения без постоянного подключения к сети, интерактивное меню, включая видео, анимированную графику, 3D, аудиокomentarии, 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.

Отметим, что публикация приложений при активной информационной поддержке немедленно отражается на результатах продаж. Например, турпоток в «Снежной деревне» после публикации приложения вырос в 4 раза. Существенно увеличилась выручка в гостиницах и ресторанах Ярославля после того, как приложение было показано сначала на выставке в Китае, потом в Лондоне и после выпуска русскоязычной версии. А приложение «Парк Мещерский» предпочитают большие регионы в качестве аналога для создания путеводителей со встроенной схемой монетизации.

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 богат своим историческим и культурным наследием. На территории областного центра находится множество памятников, монументов, открытых в честь знаменитых белгородцев, разбиты именные клумбы, парки и скверы.

Белгород – город с многовековой историей. Сохранить ее 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.

Многие горожане и гости Белгорода отмечают историческую привлекательность Белгорода благодаря проекту «Музей под открытым небом». Некоторые высказывают свои предложения о том, как его продолжить.

Современный Белгород – это город не только удобный для жизни, но и привлекательный для туристов. Здесь взмывают в небо купола многочисленных храмов, восхищая своей красотой. За последние годы появились интересные скульптурные композиции, среди них памятник Пушкину и Натали, строителю, святым Петру и Февронье Муромским. В городе открыты так называемые тематические зоны отдыха для взрослых и детей – это скверы дружбы, любви, Есенинский и Егоровский.

Белгородский литературный музей первым в регионе начал предоставлять аудиоэкскурсии с помощью мобильного приложения [1]. Нововведение предназначено для смартфонов и планшетных компьютеров, работающих на операционных системах iOS и Android.

Проведенные исследования показали, что на данном этапе развития экскурсионной и музейной деятельности также наблюдаются изменения в технологиях мобильных экскурсионных проектов. На смену проектам, основанным на традиционных аудиогuidaх, постепенно приходят проекты с интерактивными возможностями и / или со ссылками на сайты социальных сетей.

Во многих экскурсионных местах, где все мобильные проекты когда-то строились на основе аудиогидов, сейчас разрабатываются первые мобильные проекты, которые скорее можно отнести к разряду интерактивных. Это свидетельствует о растущем желании экскурсионных мест через мобильные технологии реализовать новые типы проектов.

В технологическом аспекте наблюдаются отдельные случаи отказа экскурсионных мест от проектов, в которых посетителям для доступа к содержанию экскурсии предоставляется в аренду специальное оборудование. Отчасти такая замена происходит на мобильные приложения с загрузкой на смартфоны посетителей. Но, похоже, все же чаще на смену приходят проекты, реализуемые на основе сайтов, оптимизированных для мобильного доступа.

Музеи и иные экспозиции в большей степени сосредоточены на мобильных проектах для постоянных экспозиций / коллекций, чем на проектах для временных выставок. Вероятно, это связано с достаточно продолжительным жизненным циклом мобильных проектов.

Традиционные аудиозаписи сегодня формируют основную долю действующих проектов. Однако они становятся менее популярными у экскурсионных мест, которые еще готовят свой первый мобильный проект.

Тенденции следующие:

- новые проекты стремятся к интерактивности;
- экскурсионные места пока еще чаще создают мобильные проекты непосредственно на экспозициях, чем проекты за пределами экспозиций. Однако заметим, что этот разрыв сокращается;
- наблюдается заметный рост интереса экскурсионных мест к реализации своих мобильных проектов со ссылками на сайты социальной сетей;
- планируемые мобильные проекты в меньшей мере ориентированы на временные выставки, в большей мере - на постоянные коллекции.

Одно из наиболее интересных направлений в области разработки приложений для iPhone, iPad и Android – это создание программы дополненной реальности, которая позволяет совершенно по-другому взглянуть на то, что нас окружает. Программа позволяет накладывать дополнительные информационные слои с графикой, смоделированные на обычную окружающую реальность.

В рамках исследования был проведен анализ привлекательности туристских ресурсов Белгородской области с учетом иерархии, которая предполагает постановку проблемы исследования, определение цели (в данном случае определение наиболее привлекательных туристских объектов выбранной группы), критериев различных уровней и альтернатив (приведенный перечень объектов).

При оценке степени привлекательности туристских объектов Белгородской области выбранные объекты были сгруппированы по направлениям. Предпочтение альтернатив обусловлено их наибольшей популярностью в изучаемом сегменте и наличием экспонатов, отражающих наибольшую значимость и ценность как для жителей Белгородской области, так и для гостей региона.

В процессе исследования было выявлено, что в настоящее время социально-экономические условия и ресурсы Белгородской области благоприятствуют развитию и функционированию на ее территории туристско-рекреационной отрасли. Это во многом обусловлено выгодным географическим положением, подготовкой квалифицированных

кадров для туристской отрасли, развитием туристической инфраструктуры и реконструкцией учреждений отдыха, заинтересованностью региональных властей в развитии туристического сектора рынка. Так, наиболее благоприятные рекреационные возможности по показателям инфраструктурного потенциала отмечаются в городах Белгород, Старый Оскол, Губкин. Эти города выступают в качестве системообразующих, полифункциональных рекреационно-туристических центров и располагаются в зоне наилучшей транспортной доступности.

Созданию туристического мобильного приложения предшествует предварительное создание проекта, который реализует разработчик, учитывая его особенности: анализ экспозиции; выработку подходящего решения; создание продукта; контроль, внедрение, продвижение.

Технический проект туристического мобильного приложения должен основываться на концепции, согласованной с администрацией города, и соответствовать следующим требованиям: должен включать в себя функциональную структуру; проект дизайна мобильного приложения; должны быть сформированы требования к структуре главной и вспомогательных страниц приложения, к логике перехода пользователя между страницами приложения. Необходимо предусмотреть эффективную интеграцию с социальными сервисами, использование рассылок с интересующей потребителей информацией. Соответствующий медиа-контент способствует появлению новых заказчиков, заинтересованных возможностью удобного использования функционального программного продукта.

Полученные результаты оценки привлекательности объектов туризма Белгородской области будут в дальнейшем использованы для подготовки контента для мобильных приложений с целью развития регионального туризма в Белгородской области, а также с целью формирования конкурентоспособного туристского предложения для повышения привлекательности региона как объекта внутреннего и въездного туризма.

Современные мобильные гиды должны сочетать в себе интерактивность, доступность, информативность и профессиональный контент. Сначала необходимо определить положение пользователя, найти подходящие объекты на карте, предоставить качественный медиа-контент (аудиовизуальное описание культобъектов; готовые турмаршруты) и связывать туристов и гидов на местах.

По данным исследований каждый четвертый турист является потенциальным пользователем мобильных гидов, объем рынка мобильных гидов составляет 8,91 млн долл. (при стоимости продукта 0,99 долл.). Таким образом, можно сделать вывод, что мобильные приложения являются инструментом развития туризма и привлечения инвестиций [3].

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».

### Список литературы

1. Гоз И.Г. Проблемы развития туризма в Белгородской области [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://belgorod.ru/tourism/Goz.htm>. (дата обращения: 17.03.2015).
2. Исследование «Global Augmented Reality (AR) Market Forecast by Product (HMD, HUD, Tablet PC, Smartphone) for Gaming, Automotive, Medical, Advertisement, Defense, E-learning & GPS Applications (2011-компания Market and Markets)», Ноябрь 2011 г. Открытая часть отчета. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.slideshare.net/it-park/ar-min-2012201> (дата обращения: 20.03.2015).
3. Исследование «Mobile Augmented Reality Forecasts, Applications & Opportunity Appraisal 2009-2014» компании Juniper Research, 2009. Открытая часть отчета. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.juniperresearch.com/reports.php?id=197> (дата обращения: 12.03.2015).
4. Мобильные приложения для путешественников набирают популярность [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.rg.ru/2014/06/24/prilozenija.html> (дата обращения: 03.03.2015).
5. Mobile и туризм [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://innospace.ru/mobile-i-turizm/> (дата обращения: 23.02.2015).
6. Рынок мобильных приложений в России и в мире [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://web.json.ru/poleznye\\_materialy/free\\_market\\_watches/analytics/rynok\\_mobilnyh\\_prilozhenij\\_v\\_rossii\\_i\\_mire/](http://web.json.ru/poleznye_materialy/free_market_watches/analytics/rynok_mobilnyh_prilozhenij_v_rossii_i_mire/) (дата обращения: 05.03.2015).
7. Vishnevskaya E. CURRENT ISSUES IN THE DEVELOPMENT OF MODERN GUIDE USING GIS TECHNOLOGIES / E. Vishnevskaya, T. Klimova, E. Dumacheva, I. Bogomazova // Advances in Environmental Biology. — 2014. Vol. 8(13). – P. 305–308.
8. Mobile Phone Augmented Reality: Market Analysis and Forecast. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://www.gartner.com/hc/images/215650\\_001.gif](http://www.gartner.com/hc/images/215650_001.gif) (дата обращения: 24.03.2015).
9. Xiang, Z. Travel queries on cities in the United States: Implications for search engine marketing for tourist destinations / Z. Xiang, B. Pan // Tourism Management. 2011. Vol. 32(1). P. 88–97.

**Рецензенты:**

Терновский Д.С., д.э.н., доцент, начальник отдела развития бизнес-идей АНО ВПО «Белгородский университет кооперации, экономики и права», г. Белгород;

Ваганова О.В., д.э.н., доцент, заместитель директора института экономики по научно-исследовательской и международной деятельности ФГАОУ ВПО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет», г. Белгород.