

Жукова Валерия Ивановна

студентка

Вишневская Екатерина Владимировна

доцент

Институт управления

ФГАОУ ВПО «Белгородский государственный

национальный исследовательский университет»

г. Белгород, Белгородская область

МЕЖДУНАРОДНЫЙ И РОССИЙСКИЙ ОПЫТ СОЗДАНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ В ТУРИЗМЕ

Аннотация: туристический бизнес – пожалуй, одно из самых мобильных направлений, которое только можно вообразить. Его представителям, как никому другому, нужно постоянно быть на связи с клиентами, координировать любые ситуации дистанционно, быть в состоянии максимально быстро отреагировать на любые вопросы и замечания, в мгновение ока предложить «горячие» путевки и туры – список действий может быть практически бесконечным. В данной статье рассмотрены мобильные приложения для сферы туризма.

Ключевые слова: мобильное приложение, туризм, туристический бизнес.

Сегодня, согласно данным исследований, проведенных компаниями Google, TNS, Мобильная планета и Ipsos в 2014 году, на каждого русского приходится 2,1 мобильное устройства. А это значит, что большинство людей имеет 2 телефона. При этом 36% опрошенных ответили, что пользуются смартфонами.

Это вдвое больше, чем год назад. Значит, что при тех же темпах роста (в процентах), в 2015 году со смартфонами будет ходить уже 54% населения. Мобильное приложение – это эффективный способ взаимодействия с этой огромной аудиторией.

Весной 2015 года Mail.Ru Group представила результаты масштабного исследования российского рынка мобильного интернета [1].

Согласно нему, проникновение мобильного интернета в России заметно увеличилось за последний год. По данным TNS, в период с декабря 2013 по декабрь 2014 рост месячной аудитории составил 53% – с 16,7 млн до 25,5 млн пользователей в городах с численностью 100 000 человек. В качестве основных стимулов роста мобильного интернета в России эксперты упоминали развитие привычки пользования, развитие услуг связи и рост проникновения смартфонов и планшетов, снижение стоимости трафика и самих мобильных устройств, переход пользователей от ноутбуков и десктопов к планшетам, прирост аудитории за счет распространения Wi-Fi и 3G-интернета.

Пользователи мобильных приложений чаще всего предпочитают устройства на платформе Android (72%), iOS (23%) Windows Phone (5%). Несмотря на то, что iOS уступает по популярности Android, владельцы смартфонов Apple наиболее активны в использовании приложений. В среднем владельцы iPhone используют 25 приложений в месяц, в то время как владельцы смартфонов на базе Android – от 11 до 1511 [2].

Мобильными приложениями в путешествиях пользуются 45% туристов. Стоит отметить, что количество пользователей мобильных приложений значительно увеличилось по сравнению с прошлым годом.

Чаще приложения используют женщины (56,4%), мужчины составляют 43,6%. Мобильные технологии предпочитают использовать жители городов от 24–55 лет, с высшим образованием, со средним доходом или выше среднего, любознательные, ведущие активный образ жизни и путешествующие не менее 2 раз в год.

По прогнозам J'son & Partners Consulting, российский рынок мобильных приложений в 2014 году должен был расти медленнее, чем западный, а в 2015–2016 годах темпы его роста будут выше мировых. В 2014 году его объем в России по прогнозам должен был составить около 246 млн долл., и превысить 1 млрд долл. к 2016 году. Среднегодовые темпы роста по прогнозу составят 171% в период 2014–2016 годах [3].

Среди основных драйверов, помимо прочего, эксперты называют появление новой мобильной платформы Windows 8, строительство сетей четвертого поколения LTE, рост популярности геопозиционирования. Основными же барьерами останутся сложность оплаты и низкая осведомленность пользователей о возможностях мобильных приложений.

По прогнозам экспертов, темпы роста российского рынка мобильных приложений практически не будут отличаться от мировых. Емкость данного рынка позволяет прогнозировать уверенные темпы роста до 2016 г. включительно. Ожидается, что к 2016 г. рынок мобильных приложений в России достигнет \$1,3 млрд, увеличившись в 8 раз по сравнению с 2013 г.

Несмотря на то, что некоторые модели обычных телефонов (так называемые featurephones) также способны запускать приложения, именно рост продаж смартфонов будет способствовать увеличению популярности приложений. По прогнозам аналитиков, в 2017 году более 80% от всего объема поставок телефонов будут составлять именно смартфоны. Это соответственно будет способствовать увеличению базы пользователей этих гаджетов, что приведет и к росту числа скачиваний приложений. Объемы загрузок мобильных приложений в 2017 году, как ожидается, достигнут 108 млрд.

Отмечая наиболее важные тренды на рынке мобильных приложений, эксперты Berg Insight указывают на все возрастающую популярность бесплатных для скачивания приложений, а также стремление к поддержанию приложениями мультиплатформенности. Кроме того, для продвижения своих приложений издатели все активнее используют инструменты, характерные для социальных сетей. В некоторых случаях они стремятся построить собственные сообщества, в других случаях используют существующие социальные сети, с тем чтобы расширить базу пользователей своих приложений и увеличить степень вовлеченности пользователей.

Как отмечает руководитель департамента по развитию бизнеса компании Nokia в Европе, на Ближнем Востоке и Африке Жан-Лука Чиолетти (Gian-Luca Cioletti), по состоянию на конец 2008 года в мире было продано более 3 млрд

мобильных телефонов (в том числе смартфонов и коммуникаторов). Уже к 2010 году ожидается, что это количество возрастет до 4 млрд. Около 4% пользователей мобильных телефонов активно скачивают мобильные приложения.

По прогнозам Juniper Research, игры останутся главными приложениями по части полных загрузок, и именно от них компании будут получать основной доход. Мультимедийные и развлекательные приложения начнут привлекать наибольшую долю доходов [4].

Мобильные приложения для туристов – самый «горячий» тренд этого года. Количество вышедших на рынок в последние два года программ для смартфонов просто зашкаливает, причем среди них начинают появляться настоящие «палочки- выручалочки», с помощью которых можно решить любые вопросы, возникающие во время путешествия:

- карты;
- поиск билетов, отелей, путевок;
- организация перемещения (такси);
- информация о мероприятиях;
- переводчики (снятие языкового барьера);
- органайзер [5].

Тем, кто не привык планировать свое путешествие самостоятельно и готов довериться туроператорам, советуем просматривать предложения по турам в различные страны в приложениях «Чиптрип», «Горящие туры», «Магазин путевок», «Турстанок» и др. К сожалению, поиск туров в мобильном сегменте пока реализован слабо, пользоваться приложениями не совсем удобно и порой можно натолкнуться на несоответствие реальной цены и имеющейся в приложении, но это можно списать на особенности ценообразования и трудности обновления информации. Но для общего отслеживания цен и предложений пойдет. Гораздо удобнее пользоваться онлайн-сервисами поиска туров «Бронирование туров», sletat.ru или ruspo.ru а потом уже покупать выбранный тур непосредственно у туроператора или любимого турагента. Кстати, на сайтах есть и довольно активные разделы горящих путевок.

Важный пункт не только в поездках по России, но и в родном городе – заказ такси. В Москве наиболее популярен сервис «Яндекс. Такси», который передает заказ (по вашему местоположению GPS или по введенному адресу) в десятки диспетчерских таксомоторных компаний столицы. Можно выбирать класс авто, сортировать по стоимости, отслеживать прибытие автомобиля, контролировать сумму поездки. Также популярна таксомоторная служба GetTaxi с аналогичными возможностями.

Конечно, не обойтись в путешествии без карт. Традиционные Яндекс. Карты и Google Maps – практически стандарт дефакто для определения местоположения в путешествиях по России и за рубежом. Однако они обладают одним бесспорным недостатком – не могут (или могут с большими ограничениями) работать офлайн, то есть без интернет- соединения. А учитывая, что оно в роуминге может быть очень дорогим, лучше все-таки скачать приложение, позволяющее пользоваться картами онлайн.

Разработка каждого нового приложения требует дополнительных затрат, а после разработки требуются затраты на локализацию – адаптацию к культурным условиям нового рынка. Надо эффективно управлять затратами при разработке возрастающего количества мобильных приложений и поддержке большого количества языков. Для этого компаниям при стратегическом планировании нужно учитывать прогнозы развития и создания новых рынков из-за роста «мобильности» клиентов.

Единственный эффективный способ привлечения внимания к мобильному приложению – активная информационная поддержка. Владелец приложения должен продвигать информацию о назначении, удобствах и эффективности его использования всеми возможными рекламными и PR способами: посредством интернет-ресурсов, в печатных изданиях, на радио и телевидении. В рамках выставочной деятельности это также дает ощутимый результат.

В зависимости от назначения приложения, работа, связанная с информационным оснащением, может начаться за определенный срок до размещения приложения в магазине. Так, например, о выходе интерактивных гидов по выставкам

или форумам стоит сообщать заранее в программах выставки, презентациях, предварительных электронных рассылках и на официальных порталах, посвященных мероприятию.

Туристический бизнес – пожалуй, одно из самых мобильных направлений, которое только можно вообразить. Его представителям, как никому другому, нужно постоянно быть на связи с клиентами, координировать любые ситуации дистанционно, быть в состоянии максимально быстро отреагировать на любые вопросы и замечания, в мгновение ока предложить «горящие» путевки и туры – список действий может быть практически бесконечным. И идеальным помощником целому туристическому агентству станет специально разработанное мобильное приложение для сферы туризма.

Список литературы

1. Зернова С.В. Механизм реализации государственной поддержки форм предпринимательства в туризме Ленинградской области: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. – СПб., 2010. – 18 с.
2. Каждое 11 рабочее место в мире относится к сфере туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/35091.html> (дата обращения: 18.03.2016).
3. Развитие мобильного доступа в интернет в России и мире: предварительные итоги 2014 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/razvitiye-mobilnogo-dostupa-v-internet-v-rossii-i-mire-predvaritelnye-itogi-2014-goda-20150317043818 (дата обращения: 02.04.2016).
4. Российский рынок смартфонов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/rossiyskiy-rynok-smartfonov-itogi-2014-goda-20150120020050 (дата обращения: 27.03.2016).
5. Рынок предустановленных мобильных приложений: особенности и насущные тренды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/rynek-predustanovlennyh-mobilnyh-prilожeniy-osobennosti-i-nasuschnye-trendy-20150602051247 (дата обращения: 04.04.2016).

6. Цыганков Д.А. Методы анализа и планирования развития внутреннего туризма в регионе: на муниципальном уровне: Автореф. дис. канд. экон. наук. – М., 2013. – 18 с.