

Зарубина Юлия Владимировна,

к.э.н., доцент, Ангарский государственный технический университет,

e-mail: yulzar@mail.ru

РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ

Zarubina U.V.

DEVELOPMENT OF TOURISM BUSINESS USING MOBILE APPLICATIONS

Аннотация. Статья посвящена перспективам развития туристического бизнеса с использованием мобильных приложений.

Ключевые слова: туристический кластер, цифровизация, мобильные приложения.

Abstract. The article is devoted to the prospects for the development of the tourism business using mobile applications.

Keywords: tourism cluster, digitalization, mobile applications.

На современном этапе развития экономики и общества определяющую роль играют информационные технологии и программные средства. Туристский кластер также подвержен процессам цифровизации, ведётся активная работа по внедрению и адаптации мобильных технологий для оптимизации туристического бизнеса и повышения качества услуг для клиентов.

Целью данной работы является рассмотрение целесообразности использования в туристической сфере таких цифровых инструментов, как мобильные приложения. Перспективность рассматриваемого направления подтверждается колоссальной динамикой внедрения мобильных приложений и их популярностью. По некоторым оценкам [1], около 75% туристов используют как минимум одно мобильное приложение во время своей поездки. В век активного развития и распространения социальных сетей 80% путешественников публикуют в них фотографии с отдыха. Мобильные приложения для путешествий занимают 7-ое место по количеству скачиваний среди всех существующих приложений [1]. Туристы особенно ценят приложения, позволяющие им ориентироваться в любой стране или городе, и имеют функции поиска природных и культурных объектов, заказа ресторанов, гостиниц и т.д. Данные приложения позволяют экономить время и деньги, существенно облегчают путешествие и, главное, открывают множество новых возможностей. Заметим, что рынок туристических приложений находится в стадии развития, имеющиеся приложения имеют функциональные и территориальные ограничения, в частности, «пробелом» является то, что не внедрено на рынок такое приложение для путешествий по Байкалу. Однако, сфера охвата приложений быстро расширяется, охватываются новые регионы, добавляются возможности удовлетворения новых потребностей. Например, специальное приложение, установленное в телефоне, распознает закодированный в QR-коде интернет-адрес страницы объекта, а затем открывает его при помощи мобильного интернет-браузера.

На основе анализа популярных приложений для туризма, разработанных на базе мобильных платформ, можно сделать вывод о том, что мобильные приложения для отрасли туризма востребованы, рынок мобильных приложений разворачивается в сторону предприятий туризма, а значит, имеет хорошие перспективы развития.

В целом, востребованность мобильных приложений для предприятий всего туристического кластера (турфирм, владельцев кафе, гостиниц, транспортных компаний, продавцов снаряжения и т.д.) обуславливается тем, что их представителям нужно постоянно быть на связи с клиентами. Специально разработанное мобильное приложение для сферы туризма позволяет координировать любые ситуации дистанционно, быть в состоянии максимально быстро отреагировать на любые вопросы и замечания, быть готовыми предложить акции, «горящие» путевки, туры.

С экономической точки зрения цифровой бизнес отличается от традиционного, прежде всего, тем, что он открывает большие возможности по генерации денежного потока за счет увеличения продаж, увеличения числа клиентов и формирования лояльности покупателей, удовлетворения их новых потребностей, улучшения качества услуг, при этом порог входа остается не слишком высоким. Кроме того, не нужно вообще никакого оборудования, не нужен большой штат сотрудников, не нужно арендовать помещение. Перспективное к разработке и внедрению мобильное приложение для туризма и путешествий по Байкалу сможет обеспечить следующую функциональность:

- подбор и детализация места турпохода;
- подбор маршрута для «неорганизованных», «диких» туристов;
- подбор подходящего тура от туристического агентства для «организованных» туристов;
- подбор команды (на основании информации о времени похода, маршруте, опыта людей (возможность пометить «друзей»));
- подбор инструктора и предоставление информации об инструкторе в формате «занят» или «свободен»;
- покупка (аренда) снаряжения;
- отзыв о впечатлениях;
- проставление оценки инструктору;
- рейтинг инструктора.

ЛИТЕРАТУРА

1. Володченко В.С., Ланцова Д.С., Миронова Т.А., Бышок К.А., Сапунова Е.В. Анализ рынка мобильных приложений в туристской индустрии // Вопросы науки и образования. 2020. №33. С.109-113.