

РАЗВИТИЕ ТУРИСТКОЙ ИНДУСТРИИ и ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

УДК 338.484.2

Вишневская Е.В.,
Климова Т.Б.,
Богомазова И.В.

**Роль внедрения мультимедийного
и интерактивного контента
для повышения туристской
привлекательности территории**

АННОТАЦИЯ

Главная тенденция развития туризма разработка приложений для мобильных телефонов, 20% из них – приложения в сфере туризма. Относительно новым направлением на рынке 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 первый 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.

Vishnevskaya E.V.,
Klimova T.B.,
Bogomazova I.V.

**The role of the introduction
of multimedia and interactive content to
increase tourist attractiveness of the area**

АБСТРАКТ

The main trend of tourism development is the development of applications for mobile phones. 20% of such applications are the apps in the field of tourism. A relatively new trend in the market of applications for travelers are audio guides – a convenient option for independent exploration of city attractions. The existing mobile applications on the market have flaws. However, compared with their traditional rivals mobile audio guides have several advantages. Unlike with paper guidebooks, you can listen to an audio guide with pleasure seeing the sights with full freedom of movement. The Russian market of mobile audio guides is not yet very saturated. The main trend is that people are more interested in a quality product. Belgorod Literary Museum is the first in the region that began providing audio tours using mobile applications. Many citizens and guests of the city note the historic attraction of Belgorod thanks to The Open Air Museum Project. Mobile applications are a tool for tourism development and attraction of investments.

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

Согласно исследованиям экспертов туристического рынка, за 2013 год число самостоятельных онлайн-бронирований услуг для путешественников по сравнению с 2012 годом увеличилось практически в 1,5 раза. Удобство поиска и оплаты различных этапов поездки онлайн значительно увеличивают количество путешественников, желающих самостоятельно планировать свой отдых. Отметим, что путешественники не только самостоятельно бронируют билеты, гостиницы, транспортные средства в Интернете, но и осваивают новые сферы и инструменты, способные сделать путешествие более удобным и интересным. Как отмечают специалисты, главная тенденция развития туризма – приложения для мобильных телефонов.

Целью работы является изучение роли внедрения мультимедийного и интерактивного контента для повышения туристской привлекательности территории.

Аудиогиды широко распространены за рубежом, все больше они появляются и в России. Они создаются как музеями, так и независимыми разработчиками. Услуги аудиогиды 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 [1].

Разработкой мобильных приложений в нашей стране занимаются компании e-Legion, Hint Solutions, InfoShell, RedMadRobot, Unreal Mojo, ID Company, iD East, MobileUp, DevPocket и «Бизнес мобайл медиа».

Программы, игры и другие приложения распространяются разработчиками через магазины Apple App Store, Google Play, Windows Phone Store, BlackBerry App World. Как отмечают исследователи рынка приложений для смартфонов, основными направлениями, в которых работают программисты, сегодня являются приложения для приема электронной почты, для прослушивания музы-

ки, просмотра видеороликов и фильмов, для просмотра и загрузки фотографий, чтения электронных книг и уже названные всевозможные приложения для офисной работы.

По мнению J'son & Partners Consulting, 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.
 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, больше затрат на разработку сайтов. Хотя, по мнению многих экспертов, цены на разработку приложений существенно снизятся в ближайшие два года [8].
- 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.

Уже сегодня в App Store или Google Play можно найти сотни приложений, способных помочь в бронировании перелета или подборе жилья, сориентировать по карте в незнакомом городе или подсказать наиболее популярные рестораны и кафе [11].

На 2013 год в мире загружено более 100 млрд. приложений, 20% из них – приложения в сфере туризма.

Основные заказчики мобильных приложений:

- Travel-менеджмент, стимулирование внутреннего туризма (Путеводители, Интерактивные гиды, Навигационные приложения, Презентации регионов);
- Инвестиционные проекты;
- Promo-приложения (Каталоги туристских выставок, Promo-презентации туристических услуг) [10].

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 листать 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.

Несмотря на информатизацию 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 [4].

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 изъяны. Основные из них:

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

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 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 прило-

жения 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, 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.

Отметим, что публикация приложений, при активной информационной поддержке, немедленно отражается на результатах продаж. Например, турпоток в «Снежной деревне» после публикации приложения вырос в четыре 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 [9].

Российский рынок аудиогидов для смартфонов пока что не очень насыщен. Существует с десятков 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.

Рост рынка мобильных приложений в России является одним из наиболее значительных среди крупных мировых рынков. Главная тенденция – пользователей интересует все бо-

лее 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 [8].

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 [6].

«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 [2].

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.

На наш взгляд, в настоящее время туризм не достиг должного уровня развития, чтобы

оказывать влияние на экономику Белгородской области. В Белгородской области активно развивается сельский туризм в рамках принятой в 2007 году областной программы «Развитие сельского туризма на территории муниципальных районов «Белгородский район», «город Валуйки и Валуйский район» и «Грайворонский район» на 2007 – 2010 годы» и целевой программы «Развитие сельского туризма в Белгородской области на 2011-2013 годы». В программе принимают участие около ста усадеб и подворий. Среди них гостевые дома, агропроизводственные и экскурсионные усадьбы, в некоторых из которых нынешние владельцы сохраняют уклад и традиции старинных родов. Лидером в развитии сельского туризма является Грайворонский район. Наряду с развитием агротуризма в Белгородской области реализуется проект по созданию рекреационных зон в муниципальных образованиях. Так, в Прохоровском районе построены четыре туристских комплекса: «Русская усадьба», «Рыбацкая артель», «Слобода кочевников» и парковый комплекс «Ключи» [7].

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 [5].

По данным социологических исследований ВЦИОМ 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.

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. Tatiana Klimova, Elena Dumacheva, Irina Bogomazova CURRENT ISSUES IN THE DEVELOPMENT OF MODERN GUIDE USING GIS TECHNOLOGIES // *Advances in Environmental Biology*, 8(13) August 2014, P. 305-308.
2. Гоз И.Г. Проблемы развития туризма в Белгородской области, 2004 г. URL: <http://belgorod.ru/tourism/Goz.htm>. (дата обращения: 17.10.2014).
3. Климова Т.Б. Вишневская Е.В. Мобильные технологии в развитии туристских дестинаций // *Научное обозрение*. 2014. №8. С. 666-669.
4. Ковалев Ю.П. Туристско-рекреационный потенциал и развитие туристской сферы региона // *Туризм, экология и устойчивое развитие регионов: материалы международной научно-практической конференции*. Тверь: ТвГУ, 2003. С. 211-219.
5. Красовская О.С. ГИС в системе территориального планирования и управления территорией: учебник для вузов. М.: ArcReview, 2005. 238 с.
6. Предпосылки развития рекреации и туризма в Белгородской области / Королева И.С., Петин А.Н. // *Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Стратегия развития туризма и рекреации в регионах»*. Махачкала, 2007. С. 41-47.
7. Социально-экономические условия организации рекреации и туризма в Белгородской области / Петин А.Н., Королева И.С. // *География и туризм: сб. науч. тр.* Пермь, 2008. Вып. 5. С. 101-107.
8. Шматченко В. Ф. Применение информационных технологий для развития туризма в России / В. Ф. Шматченко, В. В. Шматченко // *Труды академии туризма*. Санкт-Петербург, 1995. 230 с.
9. Яковенко И.М. Возможности ГИС-технологий в географических исследованиях и региональном управлении рекреационным природопользованием, 2000 г. URL: <http://dataplus.ru/tourism/Goz.htm>. (дата обращения: 17.10.2014).
10. Pan B., Xiang Z., Law R. & Fesenmaier D.R. *The dynamics of search engine marketing for tourist destinations. Journal of Travel Research*, 2011. 50(4). p. 365-377.
11. Xiang, Z., & Pan, B. *Travel queries on cities in the United States: Implications for search engine marketing for tourist destinations. Tourism Management*, 2011. 32(1). p. 88-97.

REFERENCES

1. Klimova Tatiana, Dumacheva Elena, Bogomazova Irina CURRENT ISSUES IN THE DEVELOPMENT OF MODERN GUIDE USING GIS TECHNOLOGIES // Advances in Environmental Biology, 8 (13) August 2014, p. 305-308.
2. Goz I.G. *Problems of development of tourism in the Belgorod region*, 2004 URL: <http://belgorod.ru/tourism/Goz.htm>. (date of treatment: 17.10.2014).
3. Klimova T.B. Vishnevskaya E.V. *Mobile technologies in the development of tourist destinations* // Scientific Review. 2014. №8. p. 666-669.
4. Kovalev Y.P. *Tourist and recreational potential and the development of tourism sector in the region* // Tourism, environment and sustainable development of the regions: proceedings of the international scientific-practical conference. Tver: Tver State University, 2003, p. 211-219.
5. Krasouskaya O.S. *GIS in the system of spatial planning and management of the territory: a textbook for high schools*. M.: ArcReview, 2005. 238 p.
6. *Background of development of recreation and tourism in the Belgorod region* / Queen IS, AN Petin // Materials of the All-Russian scientific-practical conference "Strategy of development of tourism and recreation in the regions." Makhachkala, 2007. p. 41-47.
7. *Socio-economic conditions and the organization of recreation-ism in the Belgorod region* / Pettine A.N. Koroleva I.S. // Geography and Tourism: Sat. scientific. tr. Perm, 2008. Vol. 5. S. 101-107.
8. Shmatchenko V.F. *Application of information technology for the development of tourism in Russia* / V.F. Shmatchenko, V.V. Shmatchenko // Proceedings of the Academy of Tourism. St. Petersburg, 1995. p. 230.
9. Yakovenko I.M. *Possibilities of GIS in geographical research and regional management of recreational nature, 2000* URL: <http://dataplus.ru/tourism/Goz.htm>. (date of treatment: 17/10/2014).
10. Pan B., Xiang Z., Law R. & Fesenmaier, D.R. *The dynamics of search engine marketing for tourist destinations*. Journal of Travel Research, 2011.50(4). p. 365-377.
11. Xiang Z., & Pan B. *Travel queries on cities in the United States: Implications for search engine marketing for tourist destinations*. Tourism Management, 2011.32(1). p. 88-97.

ДАНИЕ ОБ АВТОРАХ

Вишневецкая Екатерина Владимировна,
доцент, кандидат экономических наук, доцент
Белгородский государственный национальный
исследовательский университет (НИУ «БелГУ»)
ул. Победы, д. 85, г. Белгород, 308015, Россия
E-mail: vishnevskaya@bsu.edu.ru

Климова Татьяна Брониславовна,
доцент, кандидат экономических наук, доцент
Белгородский государственный национальный
исследовательский университет (НИУ «БелГУ»)
ул. Победы, д. 85, г. Белгород, 308015, Россия
E-mail: tklimova@bsu.edu.ru

Богомазова Ирина Викторовна,
доцент, кандидат экономических наук
Белгородский государственный национальный
исследовательский университет (НИУ «БелГУ»)
ул. Победы, д. 85, г. Белгород, 308015, Россия
E-mail: bogomazova@bsu.edu.ru

DATA ABOUT THE AUTHORS

Vishnevskaya Ekaterina Vladimirovna,
Associate Professor, Department of Tourism
and socio-cultural service, Ph.D., Associate Professor
Belgorod State National Research University
85, Pobedy St., Belgorod, 308015, Russia
E-mail: vishnevskaya@bsu.edu.ru

Klimova Tatiana Bronislavovna,
Associate Professor, Ph.D., Associate Professor
Belgorod State National Research University
85, Pobedy St., Belgorod, 308015, Russia
E-mail: tklimova@bsu.edu.ru

Bogomazova Irina Viktorovna,
Associate Professor, Ph.D.
Belgorod State National Research University
85, Pobedy St., Belgorod, 308015, Russia
E-mail: bogomazova@bsu.edu.ru

Рецензент:

Терновский Д.С., профессор, доктор экономических наук,
профессор АНО ВПО «Белгородский университет кооперации, экономики и права»