

УДК 338.484.2

*Шатохина И.Д.*

Научный руководитель – кандидат исторических наук, доцент кафедры туризма и культурного наследия ИИиМО Королева О.В.

*Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, Россия, г. Саратов*

## **МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА: ЦИФРОВОЕ «ИЗМЕРЕНИЕ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ»**

*Аннотация:* Одной из главных проблем развития туризма в Саратовской области является слабая информационная поддержка. В данной статье описан результат анализа рынка мобильных приложений, которые продвигают непосредственно объекты Саратовской области, как туристские дестинации. На примере мобильного приложения «TopTripTip» произведен анализ загруженных в нем туристских объектов Саратовской области, выделены преимущества и недостатки.

*Ключевые слова:* региональный туризм, продвижение туристской дестинации, туристский имидж, мобильные приложения в туризме.

В современном мире часто изменяющихся тенденций и, казалось бы, постоянно обновляющейся информации некоторым туристским дестинациям всё же не хватает должного уровня информационной поддержки. А ведь именно это способствует увеличению их привлекательности и, как следствие, росту туристских прибытий.

Туризм и информация в контексте продвижения туристского продукта являются неразрывными понятиями. В настоящее время ни у кого не вызывает сомнения тот факт, что позитивный имидж территории оказывает существенное влияние на уровень развития туризма в регионе [1, с.1]. И наоборот, благодаря

развитию регионального туризма может улучшиться имидж не только отдельных организаций, занятых в туристической индустрии, но и имидж всего региона, как туристской дестинации. Продвигается, прежде всего, целенаправленно сформированный туристский образ страны\города, призванный оказать психологическое воздействие на человека. Грамотное позиционирование региона аудитории, предоставление качественного медиаконтента, обеспечение доступности необходимой и по-настоящему интересной информации способно максимально преобразить регион в глазах путешественников.

Как известно, развитию туризма в Саратовской области препятствует ряд проблем. Одна из наиболее главных проблем, на наш взгляд, - это слабая информационная поддержка, и как следствие – низкий уровень продвижения регионального туризма и популярности региона.

Эффективным инструментом продвижения на сегодняшний день являются мобильные приложения. Существует большое разнообразие мобильных приложений. Разные типы мобильных приложений помогают организовать работу и отдых, узнать последние новости, общаться с друзьями. Создание качественных сервисов выгодно для всех участников рынка. Пользователи получают инструменты для решения своих повседневных задач, а разработчики получают определённую выгоду, будь то прибыль в деньгах или «прибыль» туристов в город. Все приложения делятся на 4 категории:

- игры для смартфона («Knife Hit», «Doodle God»)
- промо-приложения (они служат для продвижения бренда; главная цель разработчиков – максимальный охват клиентов; через такие сервисы пользователи могут заказывать товары и услуги, оставлять отзывы, узнавать о скидках и акциях, получать бонусы; «Delivery Club», «Okko» - онлайн-кинотеатр)
- контентные сервисы (это программы, созданные для быстрого доступа к определённому контенту; «Pinterest», «Duolingo»)
- социальные сети («ВКонтакте», «Instagram»)

Существуют и другие типы программ, но они менее востребованы, чем перечисленные группы. По статистике, у 70% владельцев смартфонов установлено хотя бы одна программа из перечисленных категорий [2].

В зависимости от категорий приложения несут в себе определенные функции, но основная функция большинства – предоставление какой-либо информации. Многие мобильные приложения – это маркетинговый инструмент, с помощью которого можно продвигать объект.

Индустрия туризма, как и любая индустрия в современном мире, подвержена процессам диджитализации, что как раз и выражается в использовании мобильных приложений [3, с.109]. Анализ рынка мобильных приложений (путеводителей) для путешествий показал, что в App Store и на Google play доступны для скачивания сотни приложений, направленные на продвижение регионов России, как туристских дестинаций. Среди них самые популярные: официальное приложение Правительства Москвы «Узнай Москву», «Гид по СПб: Петербург», «izi.TRAVEL» и «TopTripTip Russia». Все эти приложения абсолютно бесплатные, именно они показали наибольшее количество скачиваний. Достопримечательности, природные объекты, популярные туристические места, в некоторых из них есть также маршруты, аудиоэкскурсии. В приложениях для Москвы и Санкт-Петербурга пользователям доступна вся инфраструктура их городов.

Для того чтобы оценить, каким образом представлена Саратовская область в мобильных приложениях, мы выбрали раннее названную платформу – «TopTripTip». «Измерив» имидж Саратовской области посредством приложения «TopTripTip», были выявлены как плюсы, так и минусы предоставленной информации. По сравнению с другими городами в «TopTripTip» на карте Саратовской области представлено значительно меньше объектов туристского интереса. В то же время «TopTripTip» демонстрирует более качественный медиаконтент, яркий дизайн и понятный интерфейс. Безусловно, практически все объекты снабжены небольшими информационными справками. Но такое краткое, техническое описание объекта не способно сгенерировать туристский

интерес. Поэтому главная проблема здесь – слабая информированность туристов-пользователей о туристских объектах региона.

Рационально было бы дополнить приложение новыми объектами. Например, расширить контент могли бы маршруты и объекты всё набирающего популярности направления экологического туризма – Новобурасский район. На карте сервиса не представлено знаменитое на всё Поволжье село Лох, столь популярное у саратовцев и жителей области место. Оно притягивает красотой своей природы, поистине русскими пейзажами, кроме того здесь есть ряд значимых для Саратовской области достопримечательностей – Храм Архангела Михаила с сохранившимися старинными фресками, Водяная мельница, Кудеярова пещера, окутанная тайнами и легендами.

На сервис можно добавить также и объекты оздоровительного туризма, например, расположенные в Вольской области. Именно здесь находится единственный в области санаторий, располагающий собственными минеральными источниками. Минеральная вода «Светлановская» является главным лечебным фактором и богатством санатория. На его территории пущены в эксплуатацию скважины для бальнеолечения и скважины минеральной воды для питьевых целей. Здесь активно занимаются профилактикой и лечением заболеваний опорно-двигательного аппарата, болезней сердечно-сосудистой системы, хронических болезней кожных покровов, заболеваний обмена веществ и др.

Купеческий город Балаково также не представлен на карте Саратовской области в мобильном приложении «TopTripTip». Хотя это направление по праву может стать популярным центром культурно-познавательного туризма. Большое количество живших здесь купеческих семейств, преимущественно старообрядческих, формировали особую городскую среду, «единицей» которой выступала богатая купеческая усадьба. Их в городе сохранилось великое множество, и как раз старые купеческие усадьбы сегодня формируют основной список достопримечательностей г. Балаково – Усадьба Мальцева, Дом

помещика Белякова, Дом Судакова, Торговые дома Балакова, Дом-музей Чапаева в Балаково.

Необходимым и не менее важным аспектом при загрузке таких объектов в приложение является качественное для туристов наполнение, то есть кликабельные изображения, информативное и интересное описание объектов.

Расширяя и дополняя приложение новыми объектами интереса, имидж региона не только улучшится, но и поспособствует увеличению туристского интереса к региону в целом. Продвижение региона, как туристской дестинации, с помощью мобильных приложений – действенный и современный подход к проблеме развития туризма в области. Мобильные приложения – это виртуальный помощник и для туриста, и для администрации области, занимающейся вопросами туризма, и, безусловно, для людей, создающих и развивающих эти приложения.

#### Список использованных источников

1. Довжик Г.В., Сибатян С.А. Влияние позитивного имиджа страны на уровень развития туризма в регионе // Вестник университета. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-pozitivnogo-imidzha-strany-na-uroven-razvitiya-turizma-v-regione>. 2015. – С. 1-4.
2. Компания по разработке мобильных приложений для бизнеса «Punicapp». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://punicapp.com>
3. 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. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-rynka-mobilnyh-prilozheniy-v-turistskoy-industrii>. 2019. – С. 109-113.