

МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

В контексте глобализации мировой экономики туризм очень важен для развития государств и регионов. Несмотря на то что туризм сталкивается с проблемами из-за напряженной ситуации в мире ввиду эпидемиологической и политической обстановки, он остается одной из самых динамичных отраслей. Сегодня информационные технологии играют большую роль, поскольку представителям этой отрасли необходимо всегда оставаться на связи с клиентами, координировать все ситуации на расстоянии, иметь возможность в любое время ответить на все вопросы и предоставить необходимую информацию. Это исследование посвящено использованию мобильных приложений в туризме, возможности замены туристических агентств мобильными предложениями, а также преимуществам и недостаткам этого процесса. Стоит отметить, что многие разработки в области мобильных приложений стоят очень дорого. Конечно, разработчик хочет, чтобы его приложение использовалось не только один раз, а как можно дольше и чаще. Как этого добиться, независимо от различий между Android и iOS, будет предметом настоящего исследования.

Сегодняшние путешественники предпочитают оставлять дома зубную щетку, но не мобильный телефон. Исследование, проведенное компанией Visa (Visa's Global Travel Intentions Study), показало, что 80 % туристов, совершающих поездки, обязательно пользуются мобильными телефонами. Они считают это более необходимым, чем камера или ноутбук. Люди используют мобильные телефоны для всего — от поиска отелей и бронирования до социальных сетей. Уже сегодня существует множество мобильных приложений, которые могут помочь туристам, таких как: Aviasales, Skyscanner, Booking.com, Level Travel, Travelata, Foursquare, WiFi Finder, BlaBlaCar и т.д.

Большинство людей предпочитают не зависеть от программы, составленной организатором поездок, а хотят сами принимать решения о том, где и как долго они будут отдыхать. Но, несмотря на это, число туристов, пользующихся услугами турагентов, растет. Причины этого кроются прежде всего в чувстве безопасности и надежности для туристов. Не всегда проблемы можно решить с помощью мобильного телефона. В некоторых ситуациях необходим человек, с которым можно связаться в экстренной ситуации.

Типичными примерами туристических приложений являются мобильные приложения, предназначенные для поддержки во время летнего отдыха. Погодное приложение iPLaya специализируется на текущей погоде на испанских пляжах, в то время как приложение iMedJelly отображает текущую концентрацию медуз на пляжах Барселоны. Одна из проблем заключается в сезонности, поскольку приложение используется в основном с апреля по сентябрь. Это необходимо учитывать при планировании такого проекта.

Разработка туристических приложений может быть очень прибыльной, потому что потенциальная целевая аудитория — это аудитория, которая готова платить. На примере успешного туристического приложения (Tripwolf) можно объяснить основные факторы успеха, такие как сезонность, автономный режим, языки, геолокация, изображения, видео и т.д.

В заключение следует отметить, что инвестиции в мобильные технологии могут стать лучшим способом повысить удовлетворенность туристов. Сегодня не стоит отказываться от турфирм. Но если при разработке мобильных приложений учитывать все факторы, то можно предположить, что перспектива замены турагентств мобильными телефонами уже скоро станет реальностью.