

ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Последние 10 лет количество инноваций в сфере IT в туризме неуклонно растет. Помимо систем глобального бронирования (Hotelllook, Booking), разработаны и функционируют переводчики, покупка билетов (Aviasales, Skyscanner), путеводители (TravelMe), поиск попутчиков (BlaBlaCar), аренда автомобилей (Sixt), карты и т.д. Все более популярными становятся приложения-агрегаторы по поиску способов передвижения, размещения, развлечений и питания и т.п. Однако, как правило, большая часть из имеющихся на рынке приложений узкоспециализированы. При выборе туристической дестинации потребитель вынужден открывать ряд сайтов и звонить по нескольким номерам. Усложнение процесса выбора продукта приводит к тому, что потребитель выбирает из довольно малого количества вариантов путешествия относительно их общего количества. Потребитель попадает в ситуацию, когда он ограничен в выборе возможных направлений, форм и видов рекреации и туризма. Одной из причин этого является нехватка физических сил и времени на обработку всех возможных вариантов. Данная ситуация представляется удивительной ввиду уровня развития инструмента алгоритмов и ИИ (искусственного интеллекта) в современном маркетинге крупных мировых игроков (Амазон, Яндекс и т.д.).

После изучения тенденций и трендов в изменении информационных технологий авторами была предложена концепция нового и удобного приложения «Гид-путеводитель», которое к тому же будет актуально во времена локдауна благодаря эффекту отложенного спроса.

После скачивания приложения потребителя ждет небольшой вводный тест, где будет несколько вопросов о самом субъекте. Приложение, обработав ответы на вопросы, автоматически выберет дестинации и форму рекреации, которые подойдут потребителю, и отобразит их на карте. Предлагается использовать пакетный подход. При выборе определенного пакета приложение будет автоматически подбирать варианты туристических продуктов согласно специфике этого пакета и адаптироваться под потребителя.

Также предлагается использовать концепцию «в два клика», упрощая пользование и сокращая время и путь выбора дестинации. Одной из причин, по которой посетитель покидает ресурс, не воспользовавшись его назначением, является плохо структурированный контент и навигация сайта, из-за чего посетитель вынужден искать нужную ему информацию на разных страницах, теряя свое время — важнейший ресурс XXI в. Также приложение не должно иметь элементов, воспринимаемых как физические барьеры (например регистрация), т.е. быть инклюзивным.

Необходимо, чтобы сервис «Гид-путеводитель» представлял собой интерактивную карту, ведь это будет наиболее привлекательный и удобный вариант для потребителя, так как на ней сразу можно отобразить все объекты по заданному запросу (например: «Экспозиции» или на детской карте — «Квест»), а также узнать расстояние до дестинации, а при нажатии на подходящий объект получить информацию о графике работы, услугах и т.д.

Данное приложение подойдет абсолютно любой целевой аудитории: семьям с детьми, опытным туристам, туристам из других городов и стран, людям всех возрастов — от студентов до пенсионеров. Для каждой группы будут разработаны отдельные карты и подобраны дестинации с помощью фильтров. Например, если приложением пользуется ребенок, то на картах не будут отображаться места с ограничениями по возрасту, а также будут введены специальные обозначения для пометки «вход только с родителями».

Главным преимуществом данного приложения является быстрое действие, легкодоступность, удобность, минимальные затраты сил и времени для поиска и выбора места отдыха, а также универсальность. Для создания данного приложения предлагается формат государственно-частного партнерства.