

В.О. Глушко, асп. (КНТЕУ, Київ)

МОБІЛЬНІ ДОДАТКИ ЯК ЗАСІБ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Туристична галузь є досить молодим напрямом економічної діяльності як в Україні, так і в усьому світі. Проте за рівнем інноваційності не поступається багатьом іншим галузям. Адже за даними Всесвітньої туристичної організації [1] близько 95% туристів використовують цифрові інструменти та новітні технології з використанням мережі Інтернет до, під час та після здійснення подорожі.

Завдяки цьому туристичні оператори та агенти отримують потужні інструменти впливу на вибір споживачами тих чи інших послуг, які вони надають. Проте не усі гравці ринку розуміють це та не використовують інновації у власній діяльності. Тенденція розвитку мобільних додатків називається SoLoMo – комбінацією соціальних, локальних та мобільних платформ в єдиній системі, метою якої є зменшення відстані між користувачем та його оточенням.

Для просування власного продукту використання додаткових digital-інструментів, зручних споживачеві, є важливим та надає підприємству ряд конкурентних переваг:

1. Покращує досвід відвідувачів.
2. Надає можливість онлайн-бронювання туристичного продукту чи окремих послуг підприємства.
3. Є додатковим способом залучення нових клієнтів.
4. Дає можливість простого доступу до потрібної інформації у будь-який час.
5. Збирає та узагальнює інформацію про користувачів.
6. Допомогає отримати зворотній зв'язок безпосередньо від споживачів та швидко відреагувати.
7. Дає змогу бути на зв'язку із туристом під час його подорожі.

На даному етапі інформатизації суспільства вітчизняні туристичні підприємства мають не втратити свого споживача, розвиваючи електронний туризм, адже все більшої популярності набуває використання смартфонів замість кредитних карток, персоналізація даних, збільшення кількості проведених мобільних операцій та зростання популярності мобільних програм лояльності .

За інформацією ITB World Travel Monitor [2, с. 10]:

- до 40% мандрівників в усьому світі володіють смартфоном з Інтернетом, електронною поштою та іншими функціями;
- 57% мають звичайний мобільний телефон;

- більше 40% власників смартфонів використовують свої пристрої для отримання інформації про місце відпочинку;
- 26% туристів використовують смартфон для внесення змін в бронювання під час поїздки;
- 37% туристів говорять, що користуються мобільними соціальними мережами.

Мобільні додатки також є гарною платформою для реклами як власних послуг, так і послуг підприємств-партнерів, обов'язковою умовою для яких є наявність зворотного зв'язку. Адже набувають популярність віртуальні спільноти, яким схильні довіряти все більше людей. Тому важливо збирати та обробляти відгуки безпосередньо у середовищі власного додатку. Негативні відгуки про підприємство значно псують імідж компанії на ринку, зменшують кількість споживачів та заважають залученню нових.

Перспективним напрямом у мобільних додатках туристичних підприємств та дестинацій є розробка 3D-турів певними готелями та пам'ятками архітектури, що дасть змогу туристу заздалегідь обрати найкращий для себе тип відпочинку та найвизначніші місця, які він відвідає. Такий спосіб є ефективною рекламою певної атракції та засобом її просування, формування позитивного іміджу, допомагає складанню рейтингу найкращих місць для відвідування, складанню власного списку місць, які варто відвідати.

Проте вартість розробки та використання мобільних додатків є досить високою, що створює певний бар'єр у їх використанні. На даному етапі розвитку українського туристичного бізнесу мобільні додатки можуть собі дозволити лише найбільші туристичні оператори країни.

Отже, розробка та впровадження мобільних технологій дає змогу туристичним операторам та агентам підвищувати ефективність власної діяльності, покращувати імідж, збільшувати кількість та коло туристів, удосконалювати комунікаційну стратегію взаємодії зі споживачами та покращувати власний інноваційний потенціал.

Список використаних джерел

1. World Tourism Organization [Electronic source]. – Access mode: www2.unwto.org/.
2. An Assessment of Tourist Demand and Use for travel guides: A focus on the use of new technology such as SMARTPHONES and downloadable “APPS”. Fáilte Ireland Applied Research Scheme I.T. Sligo, Fáilte Ireland, 2012, 23 p.