

ГУРКИНА Е. Н., ЖУЛИНА М. А.

**ТУРИСТСКО-ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПОРТАЛ
КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ**

Аннотация. Статья посвящена изучению возможностей продвижения туризма на территории Республики Мордовия. В качестве основного инструмента продвижения авторы предлагают разработку туристско-информационного портала.

Ключевые слова: туристско-информационный портал, интернет-технологии, продвижение, туристские ресурсы, информация, имидж территории.

GURKINA E. N., ZHULINA M. A.

**TOURIST INFORMATION PORTAL
AS A WAY OF REGIONAL TOURISM PROMOTION**

Abstract. The article deals with tourism promotion on the territory of the Republic of Mordovia. The authors consider a tourist information portal as the main tool of tourism promotion.

Keywords: tourist information portal, internet technologies, promotion, tourism resources, information, area image.

Практически во всех процессах туристской индустрии используется сеть Интернет, начиная от поиска информации и заканчивая формированием конечного туристского продукта. Интернет позволяет приобщиться к новым технологиям, открывает новые формы работы с туристами, обеспечивает возможность постоянного взаимодействия с деловыми партнерами, предоставляет доступ к различным информационным источникам. Разработка путей совершенствования использования интернет-технологий в сфере туризма представляет несомненный интерес не только для отдельных туристских предприятий, но может в целом повлиять на развитие туристской отрасли в регионе.

В 2018 г. в Саранске пройдут матчи ЧМ по футболу, и Мордовия примет у себя несколько тысяч гостей со всего мира. В связи с этим возникает потребность в создании единого интернет-ресурса, который будет площадкой для знакомства с основными туристскими ресурсами региона, его рекреационными возможностями и инфраструктурой, станет местом обмена информацией и мнениями. Кроме того, подобный сайт позволит продвигать Республику Мордовия в информационном пространстве, будет способствовать решению важнейшей задачи по повышению конкурентоспособности регионального туристского продукта и привлечению туристов в республику.

Одно из первых мест в объемах реализации через глобальную сеть на сегодняшний день удерживают туристские услуги. Данная тенденция связана с увеличивающимся желанием людей самим планировать свою поездку и соответственно отказываться от покупки готового турпродукта через турагентства. Огромное число туристов предпочитает бронировать только перелет на место отдыха и гостиницу, а прочие элементы туристской программы приобретать на месте в соответствии со своим индивидуальным вкусом и графиком [3].

Сегодня предприятия сферы туризма стремятся донести максимум возможной информации до потенциальных клиентов. Количество посетителей ведущих туристских порталов в настоящее время достигает 1 млн. человек в месяц. Ни одно туристское издание в России не печатается подобным тиражом, да и цена рекламной площади в сети Интернет значительно меньше, чем в печатной сфере [2].

Огромное применение интернет-технологий является одной из важнейших задач в сфере туризма. Формирование мощных компьютерных комплексов бронирования средств размещения и транспорта, экскурсионного и культурно-досугового обслуживания, данные о наличии и доступности тех или других турпродуктов, туристских маршрутов, туристского потенциала государств и регионов – весь комплекс данных вопросов становится актуальным для формирования текущего и будущего имиджа территорий.

Самым популярным способом заявить о себе в интернет-сети – это сформировать, поддерживать и продвигать свой собственный интернет-портал. Качеством формирования интернет-страниц, их продвижением, набором предоставляемых услуг необходимо заниматься постоянно. Существенный интерес и высокую посещаемость имеют те сайты, которые предоставляют не только информацию описательного характера о турпродуктах, но и осуществляют электронное бронирование, реализацию туров и т. д. Стоимость создания сайта часто зависит от его технического задания, размещаемой информации, от региона страны и прочих факторов [5]. В России стоимость создания сайта может колебаться от 30 000 до нескольких млн. руб.

Проект «Туристско-информационный портал Республики Мордовия», возникший на просторах сети в конце прошлого года, призван способствовать развитию туристского потенциала в нашем регионе. Предполагается, что сайт turizm.ru избавит пользователя от необходимости длительных поисков информации, поскольку ее можно будет найти в одном месте.

Главной целью портала является продвижение Республики Мордовия в информационном пространстве, повышение конкурентоспособности регионального туристского продукта.

Сайт состоит из 14 основных разделов. На его страницах размещена информация об экскурсионных маршрутах, театрах, музеях, архитектурных памятниках, средствах размещения, транспорте, предприятиях питания, значимых событиях, объектах природы, спорта, религии и т. д. В качестве основного визуального элемента используется слайдер, демонстрирующий 13 поводов посетить регион № 13. Основное меню ресурса предлагает посетителям ответы на традиционные вопросы туристов: «Как добраться», «Где остановиться», «Где перекусить», «Что посетить» и «Что увезти с собой» (см. рис. 1).



Рис. 1. Меню главной страницы туристско-информационного портала Республики Мордовия [4].

Интернет-ресурс ориентирован, в первую очередь, на туристов, а также инвесторов и специалистов в сфере туризма. Для жителей Мордовии здесь тоже найдется немало полезной информации. Сайт предназначен и для иностранных гостей, в связи с чем создана английская версия, полностью соответствующая русской. Это единственный сайт в Мордовии, рассказывающий иностранным посетителям о регионе, его туристских ресурсах и объектах туристской инфраструктуры. В ближайшем будущем планируется перевести сайт еще на несколько языков: немецкий, французский, китайский и мордовские (эрзя и мокша).

Одним из главных преимуществ нового портала является интерактивная туристская карта с указанием достопримечательностей, объектов туристской инфраструктуры, мест проведения досуга, отдыха в Мордовии и т. д., изображенная на рисунке 2. Это очень эффективный и информативный способ представления и передачи географической (имеющей пространственную привязку) информации. Пользователь в зависимости от предпочтений может наглядно увидеть расположение интересующих его объектов относительно собственного местонахождения и относительно друг друга, вычислить расстояние от себя до них. Интерактивная карта отвечает на запросы туристов практически немедленно, что позволяет пользователю ощущать себя более комфортно.

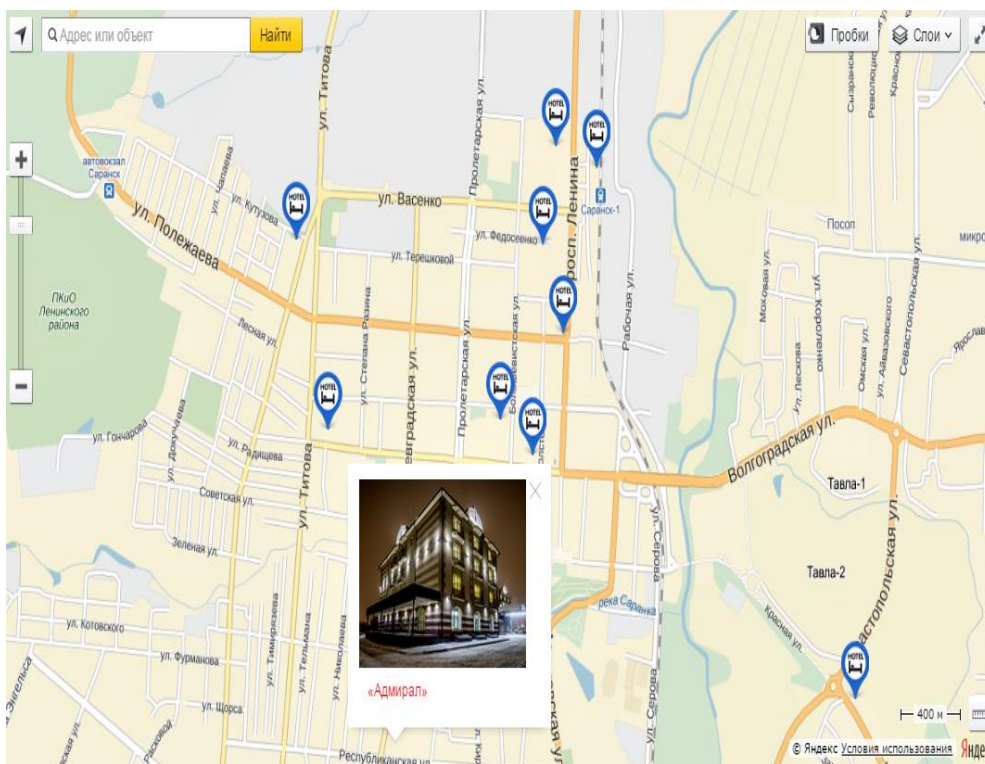


Рис. 2. Интерактивная карта туристско-информационного портала Республики Мордовия [4].

На рисунке 3 можно увидеть, как выглядит мобильная версия портала, которая разработана для удобства пользователей. Доступ к сайту возможен с любого мобильного устройства в режиме онлайн при наличии доступа к сети Интернет.

При создании портала учтены все современные возможности подачи информации. Так, большинство объектов показа сопровождается виртуальными 3D турами, которые позволяют показать объекты особым образом и создают у пользователя «эффект присутствия». Представленная на сайте информация проиллюстрирована множеством красочных фотографий, что помогает туристу в выборе наиболее интересных туристских

объектов и составлении собственного маршрута. Визуальный образ объектов показа также закреплен через графические рисунки (иконки, пиктограммы).

Сайт обладает современным дизайном, отвечающим требованиям, предъявляемым к оформлению информационных туристских порталов: логичная структура разделов, простота навигации, удобство использования разными (по степени подготовленности) категориями пользователей. Сайт оформлен в соответствии с основным стилем туристского продукта Мордовии с применением преобладающего красного, серого, белого цветов и национального мордовского узора.



Рис. 3. Мобильная версия туристско-информационного портала Республики Мордовия [4].

Для выявления уровня качества предоставляемых туристских услуг, туристской известности и предпочтений, направленности турпотоков, учета эффективности использования туристских ресурсов на портале предусмотрены мониторинг-опросы.

В отличие от других сайтов о туризме, портал не содержит коммерческие материалы, отвлекающие баннеры и прочий рекламный контент.

Туристско-информационный портал Республики Мордовия станет для всех субъектов турбизнеса эффективным инструментом для продвижения своих услуг, а для туристов – надежным навигатором и путеводителем по региону. Данный ресурс является серьезным

шагом в развитии туристической индустрии региона, который позволит значительно увеличить приток туристов в республику.

ЛИТЕРАТУРА

1. Безругченко Ю. В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме. – М.: Дашков и Ко, 2014. – 232 с.
2. Новиков В. С. Инновации в туризме. – М.: Академия, 2011. – 208 с.
3. Туризм в цифрах: Стат. сб. М.: Статистика России, 2013. – 430 с.
4. Туристско-информационный портал Республики Мордовия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://turizmrm.ru/>.
5. Шаховалов Н. Н. Интернет-технологии в туризме. – Барнаул: Изд-во АлтГАКИ, 2013. – 296 с.