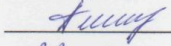



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫХ НАУК
Кафедра журналистики

РЕКОМЕНДОВАНО К ЗАЩИТЕ В
ГЭК И ПРОВЕРЕНО НА ОБЪЕМ
ЗАИМСТВОВАНИЯ
Заведующая кафедрой
(кандидат филологических наук,
доцент кафедры журналистики)
 О.А. Петрова
 23 июля 2018 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(магистерская диссертация)

ГОРОДСКОЕ МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ КАК МЕДИАПРОЕКТ

42.04.05 Медиакоммуникации

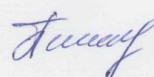
Магистерская программа «Проектирование и управление в сфере
медиакоммуникаций»

Выполнила работу
Студентка 2 курса
очной формы обучения



Кравченко
Екатерина
Игоревна

Научный руководитель
канд. филол. наук, доцент



Петрова
Ольга Александровна

Рецензент
Руководитель школы
контента KitUp, интернет-
предприниматель,
преподаватель



Синюкова
Мария Андреевна

г. Тюмень, 2018

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТА И МОБИЛЬНЫХ ПЛАТФОРМ.....	6
1.1. Обзор рынка мобильных приложений.....	10
1.2. Классификация видов мобильных приложений	14
ГЛАВА 2 ПРЕДПОСЫЛКИ СОЗДАНИЯ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ ДЛЯ ТУРИЗМА В ТЮМЕНИ.....	24
2.1. Мобильные приложения в контексте повышения привлекательности туристической отрасли.....	26
2.2. Социальный проект в сфере туризма.....	37
2.3. Опрос.....	43
2.4. Обзор имеющихся городских мобильных приложений.....	49
ГЛАВА 3. КОНЦЕПЦИЯ ГОРОДСКОГО МОБИЛЬНОГО	
3.1. Проект.....	53
3.2. Календарное и бюджетное планирование.....	68
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	80
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ЛИТЕРАТУРЫ.....	84
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	90

Введение

На современном этапе развития сферы туризма большую роль играют информационные технологии и программные средства. Региональный туризм в России развивается очень медленно и имеет ряд проблем. Реклама даже известных туристических объектов на редкость однообразна: «Такой-то город — жемчужина Золотого кольца (Подмосковья, Сибири, Дальнего Востока)». Попытки изменить подобное положение вещей уже предпринимаются. Эволюция и технический прогресс проникают в туризм и организацию экскурсионной деятельности: разрабатываются и предлагаются туристам уникальные мультимедийные путеводители и для мобильных телефонов, работающих при помощи GPS-навигации.

Проблемы использования информационных технологий в различных отраслях и сферах национальной экономики исследованы в трудах ведущих ученых-экономистов и специалистов, представителей отечественных и зарубежных школ в области экономической информатики и автоматизированных систем управления. Специалисты изучают мобильные приложения с точки зрения программирования или продвижения бизнеса, в сфере внутреннего туризма таких исследований крайне мало.

Объект исследования – мобильное приложение в сфере туризма.

Предмет исследования – перспективность разработки городского мобильного приложения .

Гипотеза. Городские мобильные приложения – это перспективная платформа для развития внутреннего туризма.

Целью исследования является создание концепции городского мобильного приложения.

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач:

- рассмотреть роль современных мобильных приложений в процессе коммуникации с целевой аудиторией;
- рассмотреть классификации мобильных приложений, с целью определения ниши для будущего медиа-проекта

- провести анализ динамики рынка продаж смартфонов в России и интернет-трафика с целью выявления перспектив для развития мобильных технологий в индустрии туризма.
- изучить мобильные приложения в туристической сфере и выявить их потенциал
- провести опрос с целью выявления предпочтений целевой аудитории
- описать проект мобильного приложения
- создать дизайн для мобильного приложения
- прописать календарный и бюджетный план

Теоретико-методической основой исследования послужили труды отечественных и зарубежных специалистов, посвященных проблеме вхождения и позиционирование на рынке мобильных приложений. Среди них: Вишневская Е.В., Климова Т.Б., Богомазова И.В. Ковтун Ю.В., В.В. Соколова, Пак О.А., Муромцев А.О., Профессор Джон Кларк. Большая теоретическая часть нашей работы состоит из статистической информации, основанной на отчетах компании App Annie, TAdviser.

App Annie — это платформа анализа данных о мобильных приложениях. Она объединяет в себе все необходимое для издателей и разработчиков, помогая им понять требования рынка для создания и продажи мобильных приложений, а также для вложения средств в их разработку.

TAdviser – это крупнейшая в России база знаний о технологиях, ИТ-проектах и профессионалах отрасли. На основании этих данных профессиональные аналитики издания ежегодно составляют детальные обзоры различных секторов ИТ-рынка, формируя рейтинги наиболее популярных поставщиков и ИТ-решений.

При выполнении работы были использованы эмпирические и количественные методы: анализ, синтез, классификация, сбор информации, изучение статистических данных, сравнение.

Практическая значимость исследования заключается в том, что работа может быть использована при запуске стартапа, так как мы создаем концепцию, готовую к применению. В рамках магистерской работы мы рассчитали бюджетное планирование, календарный план, создали дизайн и написали техническое задание для будущего мобильного приложения. Кроме того, материал работы может использоваться для подготовки докладов, написания статей, диссертаций и научных работ.

Магистерская диссертация работа имеет следующую структуру: введение, три главы, заключение, библиографический список, приложения.

При написании работы мы столкнулись с крайне скудной научной базой, что, безусловно, говорит о слабой проработанности вопроса и необходимости все новых исследований. Основной базис литературы рассматривает мобильные приложения лишь с технологической точки зрения. Все исследования в основном относятся либо к области программирования, либо маркетинговых исследований. Крайне мало научной литературы, трудов, написанных по этому вопросу в целом.

В первой главе работы рассмотрена история мобильных приложений и проанализирована современная ситуация на рынке Российской Федерации, рассмотрены преимущества мобильных приложений как нового канала коммуникации с аудиторией,

Во второй главе работы рассмотрены и изучены классификации мобильных приложений, обосновано их создание, рассмотрены основные этапы процесса создания мобильного приложения, проведен опрос целевой аудитории.

В третьей главе рассмотрены мобильные приложения, с точки зрения развития внутреннего регионального туризма. Изучены классификации, и сделаны выводы для дальнейшей разработки городского приложения в городе Тюмень. Также разработано календарное и бюджетное планирование, создан дизайн мобильного приложения.

1 ГЛАВА

ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТА И МОБИЛЬНЫХ ПЛАТФОРМ

В данной главе мы изучили состояние рынка интернета и мобильных платформ за последние три года, проанализирована современная ситуация на рынке Российской Федерации, рассмотрены преимущества мобильных приложений как нового канала коммуникации с аудиторией,

Автором работы были рассмотрены и изучены классификации мобильных приложений, обосновано их создание, рассмотрены основные этапы процесса создания мобильного приложения. Это позволит сделать нам вывод об актуальности нашей работы и направлении, в котором нам необходимо двигаться.

Также в работе рассмотрены мобильные приложения, с точки зрения развития внутреннего регионального туризма. Изучены классификации, и сделаны выводы для дальнейшей разработки городского приложения в городе Тюмени.

В исследовании мы опирались на научные работы и статьи следующих авторов и интернет-источники: Вишневецкая Е.В., Климова Т.Б., Богомазова И.В., Ковтун Ю.В., В.В. Соколова, Пак О.А., Муромцев А.О., Professor John F. Clark, Ерошенко М.Н., TADVISER, APP ANNIE.

TAdviser – это крупнейшая в России база знаний о технологиях, ИТ-проектах и профессионалах отрасли. На основании этих данных профессиональные аналитики издания ежегодно составляют детальные обзоры различных секторов ИТ-рынка, формируя рейтинги наиболее популярных поставщиков и ИТ-решений.

App Annie — это платформа анализа данных о мобильных приложениях. Она объединяет в себе все необходимое для издателей и разработчиков, помогая им понять требования рынка для создания и продажи мобильных приложений, а также для вложения средств в их разработку.

Новое тысячелетие характеризуется бурным развитием и внедрением информационных технологий в нашу жизнь, которая ускоряется с каждым годом. Необходимость в незамедлительном обмене информацией привела к устойчивому спросу на сетевые продукты. Рынок портативных компьютеров стремительно сокращается, в то время как ниша мобильных устройств развивается.

Достаточно просто посмотреть на сто лет назад и понять, то на что люди раньше тратили большую часть своего времени, сейчас можно сделать в разы быстрее. Новые технологии ежедневно меняют нашу жизнь. Мы уже не можем представить мир без телефонов, ноутбуков, айпадов и прочих гаджетов. Сегодня люди могут вести свою жизнь с помощью телефона: оплачивать счета, совершать покупки, развлекаться, читать журналы, книги, устанавливать полезные программы и игры, и многое другое, поэтому рынок мобильных приложений можно назвать перспективной сферой.

Мобильные платформы – это наша объективная реальность. Несмотря на то, что уровень охвата интернета по стране не так высок, по сравнению с тем же телевидением, в 2017 году рост пользователей по прежнему имел положительную динамику.

Одними из ключевых факторов роста интернет-аудитории в этом году стали доступные смартфоны и недорогие тарифы на мобильный интернет. В 2017 году более 200 миллионов человек впервые стали владельцами мобильных устройств, и теперь две трети из 7,6 млрд мирового населения имеют мобильный телефон [<https://www.web-canape.ru/business/internet-2017-2018-v-mire-i-v-rossii-statistika-i-trendy/>].

Более половины из используемых сегодня мобильных устройств относятся к классу «умных», поэтому людям становится все проще получить доступ ко всем возможностям, которые предлагает интернет, где бы они ни находились.

Рост отмечается и в аудитории социальных сетей. В последние 12 месяцев количество людей на самых популярных социальных площадках

увеличивалось ежедневно на почти 1 миллион новых пользователей. Каждый месяц с соцсетями взаимодействуют более 3 миллиардов человек, и 9 из 10 заходят туда с мобильных устройств [<https://www.webcanape.ru/business/socialnye-seti-v-2018-godu-globalnoe-issledovanie/>].

Вот краткий обзор самых значимых метрик в сфере диджитал в 2018 году:

Количество пользователей интернета в 2018 году достигло 4,021 млрд человек, что на 7% больше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Мобильными телефонами в 2018 году пользуются 5,135 млрд человек — на 4% больше, чем год назад.

В этом году возросло не только количество интернет-пользователей. Время, которое люди проводят в сети, за последние 12 месяцев также увеличилось [[http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Интернет-доступ_\(Мировой_рынок\)](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Интернет-доступ_(Мировой_рынок))].

По последним данным, полученным от GlobalWebIndex, среднестатистический интернет-юзер сегодня проводит около 6 часов в день, пользуясь устройствами и сервисами, работа которых зависит от подключения к интернету. Это, грубо говоря, треть всего времени бодрствования.

Если умножить это время на 4 миллиарда всех интернет-пользователей, то получится ошеломляющая цифра — в 2018 году мы суммарно проведем онлайн 1 миллиард лет.

За год российская интернет - аудитория увеличилась на 2%. При этом 66 млн человек, или 54% от населения РФ, пользуются интернетом хотя бы 1 раз в месяц через мобильные устройства, а 20 млн человек — 16% от населения страны — только с мобильных устройств [<http://mediascope.net/press/news/812866/>].

Эксперты международного института маркетинговых и социальных исследований GfK выяснили, что по итогам прошлого года аудитория

интернета в России среди пользователей старше 16 лет увеличилась на 3 млн человек, до 87 млн. Об этом говорится в исследовании института.

Это, как подчеркнул руководитель отдела медиаисследований российского представительства группы Сергей Кетов, произошло впервые за два года, в течение которых «охват аудитории интернета в России оставался стабильным».

Аудитория мобильного интернета, по данным экспертов GfK, за этот же период выросла на 20% — с 47 до 56% [<https://www.rbc.ru/society/17/01/2018/5a5e8e149a79476a7c4133a1>].

Согласно свежим данным компании App Annie, занимающейся исследованиями рынка мобильных приложений, сегодня люди проводят в мобильных приложениях в 7 раз больше времени, чем в мобильных версиях браузеров. Это говорит о том, что доля мобильных устройств в интернете, вероятнее всего, даже больше вышеуказанной цифры.

Последние сведения от Facebook только подтверждают это предположение: всего 5% глобальной аудитории соцсети пользуются платформой исключительно с десктопа.

Люди большую часть дня проводят со своим телефоном, а значит 24 часа человек вовлечен в медиапотребление и находится в зоне досягаемости мобильных приложений. Мобильные приложения способны стать мощным двигателем любого бизнеса.

Так, мобильными приложениями сегодня обзаводятся коммерческие и некоммерческие, государственные и частные предприятия. Для одних выпуск мобильного приложения для клиентов дань моде, для других — насущная необходимость, для третьих — освоение новых возможностей для бизнеса.

Так или иначе, для любого предприятия развитие мобильных или веб-сервисов является определяющим потому, как создание мобильного приложения для компании — это способ повышения интереса аудитории и продвижения бизнеса.

Создание приложений для Android, iOS или Windows платформ — явный признак того, что компания в тренде. Далеко не всегда пользователю удобно находиться на громоздкой версии сайта, поэтому необходима легкая и доступная альтернатива.

1.1. ОБЗОР РЫНКА МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ

Рынок мобильных приложений демонстрирует постоянный рост, который не собирается останавливаться. Резко выросло количество разработчиков приложений и такой же рекордный рост наблюдается среди самих программ.

По прогнозам аналитиков, расходы потребителей в магазинах мобильных приложений в 2018 году превысят \$110 млрд. Первое место по затратам пользователей в iOS App Store и Google Play сохранится за Китаем [<https://www.itbrick.ru/blog.htm?post=chego-zhdat%20-ot-ryinka-mobilnyih-prilozheniy-v-2018-godu>].

Компания App Annie опубликовала отчет о рынке мобильных приложений за 2017 год. Число загрузок мобильных приложений в мире ставило 176,9 млрд, рост 60% год к году. Доходы индустрии составили \$86 млрд, рост год к году — 105%. Драйверами роста стали Китай Индия, Бразилия, и Россия — почти те же страны, что и годом ранее, но в 2016 году в списке не было России.

В России компания насчитала 4,340 млрд загрузок приложений. Затраты потребителей на российском рынке составили \$580 млн против \$420 млн годом ранее. В мире по количеству загрузок приложений на первое место вышла Индия, оттеснив на второе место Китай, который оставлялся лидером несколько лет. США переместились на третьем место [<https://www.appannie.com/ru/insights/market-data/predictions-app-economy-2018/>].

Согласно прогнозам Statista, в 2020 году валовой годовой доход на рынке превысит \$189 млрд [<https://habr.com/company/alconost/blog/323020/>].

Мнения разных исследователей отличаются, но в целом прослеживается один вывод — население мира примерно наполовину обзавелись смартфонами, еще половина — пока нет, но это всего лишь дело времени. С увеличением количества мобильных пользователей будет расти и доход от мобильных приложений в том числе.

В отчете App Annie поделилась и актуальной на конец 2017 года информацией, а также представила примерные прогнозы на следующий год.

На конец 2017 года в магазине App Store опубликовано более 2 миллионов приложений;

- На конец 2017 года в магазине Google Play размещено около 3,5 млн приложений;
- В октябре в App Store появилось около 50 тысяч новых приложений, в Google Play — в районе 150 000;
- Суммарный показатель потребительских расходов по платформам составляет около \$100 млрд (App Store и Google Play);
- Среднее время, которое пользователи проводят в магазинах составляет около двух часов в сутки [<https://www.appannie.com/ru/insights/market-data/predictions-app-economy-2018/>].

Мобильная коммерция превратилась из вспомогательного инструмента, который в основном использовался для поиска данных о товаре и сравнения цен, в самостоятельный канал продаж, считают в App Annie

Главные интернет-тренды 2018

В 2018 году цифровой рынок продолжит набирать обороты, и несмотря на беспрецедентные темпы роста этого года, мы видим, что доступ к возможностям, которые предлагает глобальная сеть, распределен неравномерно. Это создает хороший задел для развития и говорит о том, что цифровой рынок точно еще не достиг потолка.

При этом развитие это нельзя назвать линейным. Наблюдается трансформация онлайн-потребления: интернет-пользователи становятся мобильнее, десктопы планомерно заменяются более удобными устройствами, которые можно носить с собой. Вследствие этого покупки плавно перетекают в онлайн, веб утрачивает позиции, уступая часть трафика приложениям, а социальные сети играют более значимую роль — это ценные сведения для бизнеса.

Согласно данным компании App Annie, на конец октября 2017 года в магазинах App Store и Google Play предлагалось более 2 млн приложений и более 3,5 млн приложений соответственно. Кроме того, число новых приложений продолжает расти в геометрической прогрессии. За месяц, закончившийся 31 октября 2017 года, в App Store вышло около 50 тыс. приложений, а в Google Play добавилось свыше 150 тыс.

На зрелых рынках пользователи в среднем проводят по два часа в день — то есть месяц в году — в приложениях.

Среди главных трендов рынка приложений 2018 года в App Annie выделили следующие направления:

Мировой показатель затрат пользователей во всех магазинах мобильных приложений вырастет примерно на 30% по сравнению с предыдущим годом и к 2018 году перевалит за отметку \$110 млрд. При этом самая большая доля затрат по-прежнему придется на игры [[<https://www.appannie.com/ru/insights/market-data/predictions-app-economy-2018/>].

Приложения, которые помогают людям проводить свое свободное время и предлагают возможности для развлечений, по всей видимости, будут выбирать пользователи, мимоходом просматривающие магазины приложений. И, наоборот, приложения, предназначенные для удовлетворения неких «потребностей» (например, доставка еды, платежи и т.д.), имеют гораздо больше шансов на загрузку после получения устных

рекомендаций от других пользователей или в результате целенаправленного поиска, когда у пользователя возникает определенная необходимость.

Для многих потребителей мобильная платформа станет основным способом совершения покупок, независимо от канала продаж.

Ресторанные агрегаторы ведут по коэффициенту конверсии на мобильной платформе по мере роста популярности доставки как услуги на премиум-рынках.

В 2018 году ожидается увеличение объемов операций в приложениях для денежных переводов за счет мгновенных банковских переводов и платежей третьим лицам, причем популярность последних еще больше укрепится за счет широкого распространения этих услуг как способа оплаты среди ритейлеров и продавцов, считают в App Annie [<https://www.appannie.com/ru/insights/market-data/predictions-app-economy-2018/>].

Прогноз App Annie на 2022 год

В 2022 году оборот рынка мобильных приложений достигнет \$6,3 трлн. Такие цифры приводит компания App Annie, занимающаяся статистикой этого рынка. В 2016 году этот показатель достиг \$1,3 трлн. Драйвером роста станет рост объема покупок товаров и услуг в гипермаркетах, сервисах такси и туристических приложениях, к которым пользователи «привязывают» карты [<https://www.appannie.com/ru/insights/market-data/predictions-app-economy-2018/>].

Хотя в среднем люди не начали загружать больше приложений, App Annie ожидают, что количество пользователей во всем мире практически удвоится до показателя в 6,3 миллиарда человек в течение следующих 5 лет, а время, потраченное в приложениях, увеличится более чем в два раза. И это увеличит оборот денег на рынке приложений, который включает в себя встроенные покупки, издержки на рекламу и, что важнее всего, электронную коммерцию. Траты в приложениях вырастут от \$379 до \$1 008

на человека к 2021 году [<https://www.appannie.com/ru/insights/market-data/predictions-app-economy-2018/>].

Потребители, покупающие сами приложения и совершающие встроенные покупки, вместе с доходом с рекламы, создали 10% оборота (\$134 млрд) рынка мобильных приложений в 2016 году, а в 2021 доля этих доходов сократится вдвое — до 5% (\$340 млрд) [<https://www.retail-loyalty.org/news/oborot-rynka-mobilnykh-prilozheniy-dostignet-k-2022-godu-6-3-trln-dollarov-ssha/>].

Мобильная коммерция не только станет самой большой частью рынка приложений, но и покажет самый высокий ежегодный темп роста в 39%. Оплаты в маркетах приложений и реклама в них будут расти с темпами 18% и 23% соответственно [<https://www.crn.ru/news/detail.php?ID=120594>].

Изученная информация, основанная на статистических данных выше, позволяет нам сделать вывод, что мобильные приложения — это перспективная ниша для развития. Прежде всего отличительным свойством рынка мобильных приложений будет его одушевление, то есть смартфоны превращаются из игрушек, в помощников, которые уже сами могут думать и делать то, что нам нужно. Google Play останется лидером по количеству загрузок до 2020 года, однако доля сторонних Android-маркетов возрастет до 160%. Главной задачей существующих новейших мобильных устройств является предоставление именно того контента, которого пользователь хочет увидеть в этот момент.

1.2. КЛАССИФИКАЦИЯ ВИДОВ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ

Для того, чтобы нам понять какой вид мобильного приложения необходимо разработать, мы изучили особенности его видов и классификаций.

Прежде всего, нужно ответить на вопрос с чего начинать разработку, а для того, чтобы это понять — необходимо изучить классификации

мобильных приложений. В стратегии мобильной разработки существует много факторов, играющих значительную роль, такие как совместимость с разными устройствами и платформами, которые обязательно должны быть учтены. В конце концов, вопрос даже не столь в том, что ваше приложение будет делать, а в том, как вы этого достигнете.

Мобильное приложение представляет собой программу, установленную на той или иной платформе и обладающую определенным функционалом, который позволяет выполнять различные действия. Данные программы разрабатываются на языке высокого уровня. Мобильные приложения активно используются во многих сферах деятельности человека и, что важно, адаптированы под различные мобильные устройства. Ерошенко М.Н. в своей научной статье «Особенности классификации и конструирования приложений для мобильных устройств» на сегодняшний день выделяет несколько групп.

Несложно догадаться, что приложения ориентированы на спрос потребителей. Исходя из статистических данных, особой популярностью пользуются игры. Игровая индустрия достигла очень высокого уровня и постоянно развивается. Второе место по количеству загрузок заняли социальные сети и мессенджеры. Удобно быть всегда на связи со своими друзьями или коллегами по работе, тем более, что функционал телефона позволяет обмениваться не только текстовыми сообщениями, но и фотографиями, видеозаписями, документами и т.п. Третье место отдано приложениям для бизнеса: приложения, позволяющие оптимизировать бизнес-процессы, новостные приложения, приложения для интернет-магазинов и многие другие. На четвертом месте – карты, приложения для отображения погоды, навигация. И, наконец, на пятом месте – приложения для создания, просмотра и редактирования музыки, видео и фото [Ерошенко, URL: rusnauka.com/11_NND_2015/Informatica/3_190824.doc.htm].

Следующую классификацию представили О.А. Пак и А.О. Муромцев в сборнике научных трудов «Актуальные проблемы экономической теории и практики»:

- Системные приложения.

К данной подгруппе можно отнести приложения, которые позволяют использовать дополнительные опции настройки программного обеспечения или телефона. Наверное, у каждого пользователя есть хотя бы одна-две такие программы. Например, камера на Iphone позволяет делать фотографии и предлагает совсем небольшой набор инструментов для обработки сделанных снимков. Такие приложения, как Retrica или InstaSize обладают обширным количеством инструментов, позволяющим менять фон, накладывать фильтры, добавлять текст и наклейки. Также с помощью системных программ пользователь может настраивать рабочие столы, работу многозадачности и многое другое.

- Мобильные игры.

Разработчики ежедневно создают десятки игр или совершенствуют уже созданные. Теперь можно играть по дороге на работу, в самолете и в любое свободное время, ведь любимые игры всегда под рукой. Мобильные игры – наиболее развивающийся и самый прибыльный сегмент рынка мобильных приложений. Согласно исследованиям Mail Group, за последние три года рынок мобильных игр вырос на 900 % [Mail Group исследование «Игровой рынок в России». URL: corpmailmediafilesigrovojrynok-v-rossiimail-group2014pdf.], что связано с увеличением числа пользователей игровых приложений.

- Навигация

Данная категория приложений очень популярна и востребована в наши дни. Встроенный GPS модуль позволяет использовать смартфон как полноценный навигатор.

- Мультимедиа

Приложения такого типа позволяют просматривать фильмы, фотографии, наслаждаться музыкой как в режиме онлайн, так и без доступа к Интернету.

- Социальные сети.

Очень удобно быть всегда на связи с друзьями, коллегами, семьей. Эта подгруппа приложений позволяет в реальном времени обмениваться новостями, фотографиями, видео, делиться эмоциями [Пак, Муромцев, 2016, том 20, 140-146].

По мнению авторов, классификация мобильных приложений довольно сложна, так как многие из них позволяют пользователям сочетать различные функции. В целом, с учетом направленности и функционала, можно выделить несколько видов мобильных приложений в зависимости от назначения:

1) Промо-приложения чаще всего используются для рекламы брендов. Примером может служить приложение Magic CokeBottle, в котором бутылка «Coca-Cola» предсказывает будущее.

2) Приложения-события создаются специально для трансляции спортивных или иных событий. Например, Олимпиада-онлайн.

3) Приложения-службы являются своеобразными аналогами сайтов. Создаются в виде списков, каталогов и т.д. и отражают деятельность организации.

4) Интернет-магазины разрабатываются для покупок в онлайн режиме. Имеют большую популярность, облегчают процесс выбора и позволяют совершать покупки, не выходя из дома.

5) Игры создаются для отдыха и развлечений. Численность подобных приложений настолько велика, что уже давно не поддается счету и классификации.

6) Мобильные приложения для бизнеса позволяют оптимизировать процесс работы организации, обеспечивать повсеместный доступ к информации, интегрировать с базами данных и т.д.

7) Системные приложения используют дополнительные настройки и опции как программного обеспечения, так и самого телефона.

8) Навигационные и поисковые сервисы применяют GPS-модуль, который позволяет использовать телефон, как полноценный навигатор.

9) Мультимедийные приложения расширяют круг возможностей телефона для работы с музыкой, фильмами и фото.

10) Социальные сети представляют собой онлайн-сервисы для общения, распространения информации и организации социальных взаимоотношений.

Для разработчиков мобильных приложений более важна классификация мобильных приложений с точки зрения их структуры. Вот приблизительный список параметров, по которым можно ориентироваться при выборе технологии:

1) Время разработки. Если взять специалистов одного уровня в каждой из технологий и дать им одинаковое задание, сколько времени потребуется, чтобы решить ее каждой из технологий.

2) Наличие специалистов. Насколько быстро можно найти разработчиков, которые сделают продукт на высоком качественном уровне, а также специалистов, которые смогут его в дальнейшем сопровождать.

3) Удобство разработки и отладки. Насколько развиты инструменты разработки и отладки в рамках данной технологии.

4) Поддержание созданного мобильного приложения. Существует ли регулярная техническая поддержка для данной технологии. Насколько часто выходят обновления, как быстро исправляются критические ошибки.

5) Скорость работы. Насколько отзывчивым будет интерфейс приложения. Будут ли заметны задержки в переходах между экранами и состояниями приложения.

6) Удобство использования. Насколько удобен будет конечному пользователю процесс использования полученного приложения. Будут ли

элементы интерфейса соответствовать пользовательскому опыту использования приложений на данной платформе.

7) Охват платформ. Имеется ли возможность полного или хотя бы частичного повторного использования кода на разных платформах (iOS, Android, Windows) [Admin, URL: interosite.ru/articles/modern-mobile-techs].

На данном этапе развития существует три вида мобильных приложений с точки зрения разработки:

1) Нативные приложения

Они загружаются через магазины приложений (App Store, Google Play или его аффилиаты, магазин приложений Windows и т.д.) и устанавливаются в ПО смартфона. Важным отличием является то, что нативные приложения разрабатываются специально под конкретную платформу (например, под iOS для iPhone, под Android для устройств под управлением ОС Android или под Windows для Windows Phone и т.д.) и требуют от разработчика специальных знаний и умений для работы в конкретной среде разработки (xCode для iPhone, eclipse для устройств на Android); более того, используется только «родные» языки программирования для написания таких приложений. Естественно, сам процесс при этом более трудоемкий.

Таким образом, нативные приложения всегда «заточены» под конкретную ОС и органично выглядят на смартфоне. Такие приложения с легкостью могут использовать все функции ПО смартфона (камера, микрофон, акселерометр, геолокация, адресная книга, плеер и т.д.), и при этом более бережно расходуют ресурсы телефона (аккумулятор, память). В зависимости от назначения приложения предполагают или не предполагают наличие интернет-соединения.

2) Веб-приложения, или приложения на html5

Веб-приложения не случайно называют html5-приложениями. Это, по сути, сайт, оптимизированный под смартфон. Пользовательский интерфейс создается при помощи стандартных веб-технологий. Их не нужно загружать

из магазина приложений, но они могут находиться в специальных магазинах веб-приложений, которые есть у некоторых современных браузеров, например у Chrome. Веб-приложения используют для работы браузера телефона. Главной особенностью таких приложений является их кроссплатформенность — возможность работать на всех устройствах, без дополнительной адаптации.

Независимо от установленной ОС такие приложения не могут использовать ПО смартфона. Для обновления информации в приложении необходимо подключение к интернету, скорость работы ограничена возможностями интернет-соединения провайдера услуг. При желании продавать приложение вам потребуется собственная платежная система.

На самом деле, грань между веб-сайтом, оптимизированным под мобильное устройство или с адаптивной версткой, которая способствует адекватному его отображению на любом устройстве, и веб-приложениям очень тонкая. Как разработчики, так и пользователи в некоторых случаях путаются.

Плюсами являются:

- Полный охват платформ
- Простой и быстрый процесс разработки
- Количество компетентных разработчиков
- Отсутствие необходимости загрузки из магазина приложений

Минусами являются:

- Обязательное подключение к Интернету
- Скучный интерфейс приложения
- Невозможность отправить push-уведомления
- Производительность и скорость работы

3) Гибридные приложения

Гибридные приложения сочетают в себе некоторые функции нативных и веб-приложений: кроссплатформенность и возможность

использования ПО телефона. Такие приложения могут быть загружены через магазины приложений, и при этом имеют возможность независимого обновления информации. Гибридные приложения требуют подключения к интернету, поскольку веб часть обновляется через интернет. Это, наверное, самый популярный способ построения мобильных приложений, так как у него органическая среда распространения, но разработка происходит быстрее и дешевле, чем в случае с нативными приложениями, так как, хотя оболочка и написана на «родном» языке программирования, «начинка» может быть написана в том или ином объеме на html5. Пользователь же скорее всего не заметит разницу между нативным приложением и гибридным.

Плюсами являются:

- Стоимость и скорость разработки
- Количество разработчиков
- Кроссплатформенность
- Опция автономного обновления

Минусами являются:

- Некорректная работа при отсутствии Интернет-соединения
- Средняя скорость работы на фоне нативных
- Минимализм в отношении визуальных элементов

Еще один принципиально важный момент – это тип приложения и платформа для его размещения. Существует четыре основные категории приложений. А именно:

- корпоративные, предназначенные для упрощения и ускорения работы компании;
- контентные, предоставляющие информационные услуги в различных форматах (текстовом или аудио);
- сервисные, направленные на предоставление различных услуг в реальном времени;
- игровые.

Для корректного старта очень важен правильный выбор операционной системы. Для этого следует выяснить, какую платформу наиболее активно использует целевая аудитория компании. Устройства на базе Android сегодня пользуются колоссальной популярностью и разработка мобильных приложений для них, соответственно, тоже. В рейтинге лидеров также значатся iOS и Windows Phone 7.

Основные этапы разработки мобильных приложений зависят от выбранного типа мобильного приложения, но в целом, структурируются следующим образом:

- 1) Формулировка и описание задачи способствуют четкому пониманию для кого и зачем создается приложение.
- 2) Проектирование и дизайн заключаются в создании интерактивного прототипа и визуального решения, реализации заданных в техническом задании функций.
- 3) Разработка рабочей модели, реализация клиент-серверной части приложения.
- 4) Тестирование в большинстве случаев заключается в установке пробной версии приложения на мобильные устройства и эмуляторы и предоставляет возможность найти ошибки и недочеты.
- 5) Отладка и повторное тестирование.
- 6) Создание иконки приложения с учетом требований: она должна быть привлекательна, заметна и отображаема на всех устройствах.
- 7) Регистрация и публикация состоит в проверке приложения готовности к использованию различными магазинами мобильных приложений.
- 8) Мониторинг заключается в необходимости отслеживания спроса на приложение. Для таких целей используются различные сервисы ведения статистики скачиваний.

9) Обновление и переход на другие операционные системы. Выпуск новых и улучшенных версий приложения, а также адаптация под другие операционные системы.

Четкое представление об особенностях классификации и разработки мобильных приложений помогает создать конкурентоспособное приложение, чему также способствует тщательное изучение аналогов, просмотр статистики, улучшение параметров существующих решений.

В данной главе в результате анализа изучения мнений экспертов мы сделали вывод - рынок мобильных приложений демонстрирует постоянный рост, который не собирается останавливаться. Это значит, что доказана жизнеспособность мобильных приложений и их перспективность в современной конкурентной среде.

В 2018 году цифровой рынок продолжит набирать обороты, и несмотря на беспрецедентные темпы роста этого года, мы видим, что доступ к возможностям, которые предлагает глобальная сеть, распределен неравномерно. Это создает хороший задел для развития и говорит о том, что цифровой рынок точно еще не достиг потолка.

Были рассмотрены сильные и слабые стороны различных типов мобильных приложений и получены доказательства необходимости создания гибридного типа приложения. Наше приложение не может работать без нативных функций мобильных устройств, так как важна высокая скорость обработки данных (геолокация). Четкое представление об особенностях классификации и разработки мобильных приложений помогает создать конкурентоспособное приложение.

Для качественного создания мобильных гидов нужно учитывать следующие факторы:

- доступность, то есть приложение должно быть бесплатным, либо иметь адекватную цену

- информативность и профессиональный контент, для разработки мобильных приложений нужно будет привлечь историков и краеведов

- интерактивность, нужно привлечь профессиональных разработчиков

Для удобства пользователя необходимо будет определять его местоположение, искать подходящие объекты на карте рядом с ним, предоставлять качественный медиа-контент (аудиовизуальное описание культобъектов; готовые турмаршрут

2 ГЛАВА

ПРЕДПОСЫЛКИ СОЗДАНИЯ МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ В ТЮМЕНИ

Во второй главе мы рассмотрели законодательство в области внутреннего туризма, особенности нашего региона и мобильные приложения, уже созданные в Тюмени. На основании этих данных было начато описание проекта для городского мобильного приложения, учитывая всю изученную информацию.

2.1.МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ В КОНТЕКСТЕ ПОВЫШЕНИЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

В данной работе мы создаем концепцию городского мобильного приложения поэтому нам необходимо рассмотреть его с точки зрения развития внутреннего туризма.

Информационные технологии в современном мире играют большую роль в туристической сфере. Экскурсионная деятельность и туризм находятся под влиянием технического прогресса: 3D маршруты, мультимедийные путеводители на мобильных телефонах предлагаются путешественникам по всему миру.

Туризм, являясь одной из главных составных частей в сфере услуг, занимает важное место в развитии экономики страны и регионов. Данная отрасль, хоть и не настолько капиталоемкая, как например промышленность, однако она генерирует большую занятость населения. Туризм - это одна из крупнейших в мире отраслей, которая является мощным стимулом глобального экономического развития.

В процессе проведенного исследования выявлены основные направления использования информационных технологий в туризме. Это - превращение туризма в доходную отрасль национальной экономики путем создания высокорентабельной индустрии туризма, способной производить и реализовывать качественный, конкурентоспособный в условиях международного туристского рынка продукт; увеличение туристского потенциала региона; сохранение и рациональное использование

культурно-исторических и природно-рекреационных ресурсов; обеспечение доступности туристских ресурсов для всех слоев населения, максимальное удовлетворение потребностей в туристских услугах; стимулирование занятости населения; повышение эффективности взаимодействия государственных и частных структур в сфере туризма; развитие малого бизнеса и частного предпринимательства.

Хотелось бы отметить, что в зарубежных странах информационные технологии являются обязательной частью туристических и социокультурных проектов, в то время как в России данные приемы не считаются эффективными инструментами в туристическом бизнесе. Особенно широко распространены ИТ при разработке проектов о планировании развития туризма в регионах.

В среде ИТ-разработчиков и наиболее передовых участников туристического рынка, в том числе российского, уже ведётся активная работа по внедрению и адаптации мобильных технологий для оптимизации бизнеса и повышения качества услуг для туристов. Именно мобильные технологии окажут наибольшее влияние на способы поиска и бронирования путешествий в будущем. Сотовый телефон с современной операционной системой и пакетом полезных для путешественников программ поможет сэкономить время и деньги, найти достопримечательности и станет незаменимым помощником во время поездок.

Помимо туристов, мобильные технологии могут быть полезными для трэвел-агентов, предоставляя им возможность расширить пакет услуг для клиентов. Большинство компаний оповещают своих клиентов по смс о задержках и переносе рейса, изменении статуса бронирования и так далее. На сегодняшний день путешественники уже активно используют мобильные технологии в своих поездках. С помощью мобильных приложений есть возможность оплачивать авиаперевозку, и скачивать билеты на смартфон для дальнейшей регистрации. Мобильные технологии начинают играть очень важную роль в сфере продаж.

В связи с экономическим кризисом и геополитической ситуацией в мире в России в 2015 году внутренний туристический рынок начал активно развиваться. Этот период стал определяющим для него, и изменил модель всей отрасли, доказав, что перспектива ее роста состоит именно в его развитии.

Важным фактором является то, что росту внутреннего туризма способствуют не только внешние факторы – тенденцию подхватывают и внутри страны. Каждый регион заинтересован в большом притоке туристов, поэтому стремится не только сделать пребывание гостей наиболее комфортным, но и сделать отдых незабываемым. В связи с этим развивается инфраструктура городов.

В странах современного мира (США, Великобритания, Япония, Германия) отрасль внутреннего туризма не только создает рабочие места, но и является полем для развития предпринимательства. Развитие внутреннего туризма способствует развитию малого бизнеса, поскольку дает толчок для роста как отельного сегмента, так и смежных секторов – экскурсионного обслуживания, ресторанного бизнеса, производства сувениров.

«В 2016 году продолжилась тенденция к оптимизации туроператорской деятельности в России, основанная на рецессии российской экономики и спаде потребительской активности. Темпы роста внутреннего туризма в текущем году продолжают увеличиваться. При этом на первое место выйдет конкурентная борьба между различными российскими регионами. В современных экономических условиях надо ожидать роста самостоятельных бронирований потребителей туристских услуг при совершении путешествия по России. Но потенциальный потребитель знает только о традиционных туристских направлениях внутри России. Развитие регионального туризма сдерживается отсутствием соответствующего информационного обеспечения имеющихся туристско-рекреационных ресурсов и событий» [Зернова С.В. Механизм

реализации государственной поддержки форм предпринимательства в туризме Ленинградской области: Автореф. дис. канд. экон. наук. – СПб., 2010. – 18 с.].

Анализ рынка

В 2016 году было загружено больше 200 миллиардов мобильных приложений, из них 20 % — в сфере туристических услуг [https://www.rbc.ru/own_business/10/11/2017/5a030e019a79474c865a18fb].

На данном этапе Россия отстает в рейтинге использования мобильных приложений, по сравнению с Америкой и Европой. «По нашей оценке лишь каждый 15-й российский турист пользуется мобильными приложениями для путешествия». Наши соотечественники используют мобильные технологии непосредственно в поездке, проверяя статус рейса, например, а бронируют отель и билеты с компьютера.

Согласно статистическим данным, женщины используют мобильные приложения чаще мужчин, в соотношении 57% к 43%, в возрасте от 24-55 лет, проживающие в городе и имеющие высшее образование. При этом их доход средний или выше среднего, они ведут активный образ жизни и путешествуют не менее 2 раз в год [<https://appttractor.ru/info/analytics/mail-ru-issledovala-rossiyskih-geymerov-81-nikогда-ne-platit-v-mobilnyih-igrakh.html>].

Несмотря на информатизацию и компьютеризацию туристских процессов и создание в последние годы мобильных гидов как приложений для путешественников необходимо отметить слабую насыщенность данного рынка. Очевидно, что в условиях конкуренции возникает качественный продукт, отвечающий максимально требованиям современного туриста.

Проанализировав рынок уже существующих мобильных приложений в сфере туризма, можно сделать вывод, что на рынке присутствуют следующие виды приложений в туристической деятельности:

- карты
- аренда автомобилей
- путеводители, поиск попутчиков

- покупка билетов
- бронирование отелей
- переводчики

Сервисы, позволяющие сравнивать цены на билеты и отели, такие как Trivago, Bilet101.ru, Skyscanner уже зарекомендовали себя как полезные и удобные сервисы. Благодаря им можно проверить стоимость билетов на выбранные даты на сайтах всех авиакомпаний и агентств-посредников и выбрать подходящий вариант по самой низкой цене. Мобильные приложения показывают схожие результаты и от настольных версий отличаются, по сути, только интерфейсом. Также стоит упомянуть популярного билетного агента AnyWayAnyDay (AWAD), через мобильное приложение которого можно забронировать и купить билет на самолет, а также отель. При планировании зарубежного рейса, можно воспользоваться международными поисковыми системами Momondo или Kayak. Найти и забронировать билет, посмотреть свои бронирования, информацию об акциях, новости, зарегистрироваться на рейс, узнать о задержке, проверить свой статус в бонусной программе конкретного перевозчика удобнее в мобильном приложении самого перевозчика. Наиболее популярны приложения у «Аэрофлота», S7 и «Трансаэро». Также будет полезно иметь под рукой мобильное приложение «Аэроэкспресса», в котором можно узнать расписание, табло вылета/прилета московских аэропортов, а также купить билет. Приложение App In The Air входит в топ-100 самых лучших приложений для туризма. Оно включает полезную информацию о перелетах, начиная от советов сдаче багажа и отслеживанию рейса (работают напоминания когда следует приехать в аэропорт, зарегистрироваться, пройти в салон и т. д.) до полезных рекомендаций по аэропорту отправления и прибытия (где поесть, где бесплатный Интернет, какое такси лучше вызвать и т. д.)

Пользуется популярностью у путешественников мобильная версия туристического сервиса CheckMyTrip, который на любом этапе поездки

предоставляет доступ к различным деталям маршрута, включая информацию об отеле, местной погоде и расписании перелетов. В Ницце (Франция) пилотируется проект мобильного посадочного талона с применением технологии Near Field Communication (NFC) при участии аэропорта Cote d'Azur, авиакомпании Air France, Amadeus и компании IER.

Разрабатывается большое количество специальных приложений, таких как, ГдеБагаж (BagOnBelt — багаж на ленте выдачи) позволяет существенно снизить риск кражи багажа. Суть программы состоит в том, что в чемодан кладется специальный блютуз-маяк, который излучает сигнал. Этот сигнал улавливает ГдеБагаж, и сообщает, как только багаж появляется на ленте выдачи в аэропорте. Большинство людей, особенно кто путешествует в первый раз или в незнакомое место боятся заблудиться и не найти дорогу назад. В этом случае поможет приложение Стрелка (IKnowMyWay — Я знаю куда идти). Суть работы — отмечаете точку отеля, или место, в которое вы хотите вернуться, и приложение сообщает вам дорогу назад стрелкой.

Тем, кто путешествует самостоятельно, для поиска и бронирования отелей по всему миру, в том числе и городам России, стоит воспользоваться наиболее популярными зарубежными операторами: Booking.com, Hotel Reservation Service, Hotels.com, Expedia.com. Среди российских сервисов, можно выделить приложение Ostrovok. Туристам, которые готовы познать жизнь в другом городе «изнутри», а также существенно сэкономить на жилье, обязательно стоит скачать мобильное приложение поиска жилья для краткосрочной аренды по всему миру AirBNB. Изысканные, порой дизайнерские или наоборот уютные дешевые квартиры или комнаты в городах мира будут доступны всего за пару кликов. Кстати, недорогое жилье в Москве или других городах России также можно легко найти.

Тем, кто не привык планировать свое путешествие самостоятельно и готов довериться туроператорам, можно просматривать предложения по турам в различные страны в приложениях «Чиптрип», «Горящие туры»,

«Магазин путевок», «Турстанок» и др. К сожалению, поиск туров в мобильном сегменте пока реализован слабо, пользоваться приложениями не совсем удобно и порой можно натолкнуться на несоответствие реальной цены и имеющейся в приложении, но это можно списать на особенности ценообразования и трудности обновления информации. Однако общее отслеживание цен и предложений с помощью данных приложений вполне возможно. Гораздо удобнее пользоваться онлайн-сервисами поиска туров «Бронирование туров», sletat.ru или guspo.ru а потом уже покупать выбранный тур непосредственно у туроператора или любимого турагента.

Важный пункт не только в поездках по России, но и в родном городе — заказ такси. В Москве наиболее популярен сервис «Яндекс. Такси», который передает заказ (по вашему местоположению GPS или по введенному адресу) в десятки диспетчерских таксомоторных компаний столицы. Можно выбирать класс авто, сортировать по стоимости, отслеживать прибытие автомобиля, контролировать сумму поездки. Также популярна таксомоторная служба GetTaxi с аналогичными возможностями.

Традиционные Яндекс. Карты и Google Maps — практически стандарт для определения местоположения в путешествиях по России и за рубежом. Для России оптимальным будет сервис 2ГИС, с помощью которого можно воспользоваться поиском нужных мест, например, банкоматов или кафе, а также маршрутов общественного транспорта. В других странах эти функции выполняет приложение MapsWithMe.

Ростуризм разработал мобильное приложение для внутреннего туризма. Приложение для IOS называется TopTripTip. Сейчас оно содержит данные о 28 регионах Российской Федерации. Пользователи этой программы смогут узнать любую информацию о местности, различных фактах, окунуться в историю города. Также там будут размещены фотогалереи и аудиоэкскурсии, что значительно облегчает и делает более интересной и удобной любую поездку. Данное приложение позволяет объединить всю информацию для путешественников по России. Стоит

отметить, что контент приложения будет постоянно обновляться. Присутствует интересная функция в TopTripTip, благодаря которой есть возможность спланировать маршрут во время путешествия, отмечая интересные места.

Рынок туристических мобильных приложений интенсивно развивается, значит можно сделать вывод, что это перспективная ниша и количество платных загрузок непрерывно растет. Именно мобильная реклама станет новым толчком для выхода туристической отрасли из кризиса. В 1 квартале 2014 г. рынок путешествий вышел на третье место по мобильным кликам и вместе с рынком ритейла, автомобильного бизнеса и частных объявлений получил 70% от общего времени в мобильном интернете.

В отпуске 34% свободного времени путешественники предпочитают пользоваться смартфоном, а не другими гаджетами (ноутбуками, плеерами, навигаторами и другими устройствами).

В исследовании компании Google говорится о росте популярности мобильного поиска 2015 г. по сравнению с 2014 г. В этом году 24% опрошенных TopTripTip использовали мобильные поисковые системы для планирования своего путешествия, в то время как в 2014 г. данный показатель был равен 18% [URL: innospace.ru/mobile-i-turizm].

Большую популярность сегодня получают локальные путеводители — по определенным странам или городам.

Заметный тренд — приложения «советчики», содержащие в себе информацию по всем окружающим путешественника объектам, будь то парки, рестораны или автобусные остановки. Создатели известного приложения Foursquare основным сервисом делают именно рекомендации — можно прочитать отзывы людей обо всем, что находится вокруг, добавить свое мнение, поделиться фотографиями, оценить кухню - в общем, оставить свой виртуальный след в истории понравившегося места.

Несмотря на информатизацию и компьютеризацию туристских процессов и создание в последние годы мобильных гидов как приложений

для путешественников, необходимо отметить слабую насыщенность данного рынка.

Ознакомившись с приложениями, которые существуют на рынке, мы нашли в них некоторые недостатки. Основные из них:

1) в навигационных программах мало информации о достопримечательностях;

2) в туристических — плохая навигация;

3) много ненужной информации о гостиницах, магазинах и точках общепита. В результате найти нужную достопримечательность становится непросто;

4) информацию, как правило, необходимо читать, что на ходу не просто неудобно, но и небезопасно.

Таким образом, туристский экскурсионный путеводитель должен содержать рассказ о достопримечательностях, и необходимо, чтобы он был в виде аудиозаписи.

На сегодняшний день мобильные приложения, разработанные для планшетов и смартфонов, — это новаторское средство стимулирования развития внутреннего туризма. Основные преимущества мобильных приложений: упрощение взаимодействия между брендом и пользователем, экономическая выгода и удобство использования.

Путеводители на смартфонах имеют возможность отображения геолокации и построения маршрутов, интеграции с соцсетями, виртуальными галереями, использования приложения без постоянного подключения к сети, интерактивное меню, включая видео, анимированную графику, 3D, аудиокомментарии, круговые панорамы. Можно внедрять в приложения маркетинговые инструменты — акции, опросы. Специальные счетчики позволят вести детальный анализ взаимодействия пользователя с контентом. Можно также ввести информацию об инфраструктуре всех типов для людей с ограниченными физическими возможностями.

На данный момент лидерами внутреннего туризма в России остаются Краснодарский край, Санкт-Петербург, Москва, Крым и города Золотого кольца. За 2015 год в Крыму отдохнуло 4 млн 598 тыс. туристов, что на 21 % выше уровня прошлого года. Однако и другие регионы России достаточно активно включились в процесс по повышению собственной туристической привлекательности.

В 2016 году Департамент национальной политики города Москвы планирует разработку мобильных приложений для туристов, с помощью которых они смогут бронировать отели и выбирать туристические маршруты. Туристические онлайн-сервисы набирают все большую популярность среди путешественников. По статистике, процент бронирования туристических услуг в мобильных приложениях растет каждый год в среднем на 50–60 %. Скоро именно эта позиция будет определять стратегию развития туризма [Цыганков, Методы анализа и планирования развития внутреннего туризма в регионе: на муниципальном уровне: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – М., 2013. – 18 с.].

Развитие внутреннего туризма сдерживается недостатком информационных ресурсов, раскрывающих туристско-рекреационные возможности страны. Проведенный анализ динамики рынка продаж смартфонов в России и интернет-трафика с целью выявления перспектив для развития мобильных технологий в индустрии туризма показал, что популярность мобильного интернета в мире растет стремительными темпами. Снижение стоимости мобильного интернета в России создает предпосылки для использования современных мобильных технологий в целях развития внутреннего туризма.

Современные мобильные приложения становятся мощным маркетинговым инструментом, который позволяет решать множество задач: создавать имидж, поддерживать бренд и повышать лояльность к нему со стороны потребителей, оптимизировать процессы коммуникации, создавать определенное информационное пространство [Vishnevskaya, Klimova,

Dumacheva, Bogomazova // *Technologies Advances in Environmental Biology*. – 2014. – Vol. 8(13). – P. 305–308.].

Российским регионам, чтобы преуспеть на рынке туристских услуг и удержать позиции в будущем, необходимо активно использовать мобильные технологии. Усиление конкуренции на российском рынке онлайн-трэвел, а также экономическая и политическая неопределенность, которая в настоящее время ослабила традиционно высокий спрос на туристические продукты, также говорит о необходимости пересмотреть существующую модель бизнеса.

В связи с этим возникает необходимость создания информационных ресурсов, посвященных внутреннему туризму, которые будут представлять туристскую информацию по всем субъектам Российской Федерации, разработанные туры, маршруты, событийный туристский календарь. Также необходимо создавать мобильные приложения, которые, учитывая геолокационные данные, будут предлагать разнообразные туристские объекты, маршруты и события.

Созданию туристического мобильного приложения предшествует предварительное создание проекта, который реализует разработчик, учитывая его особенности: анализ экспозиции; выработку подходящего решения; создание продукта; контроль, внедрение, продвижение.

Технический проект туристического мобильного приложения может соответствовать следующим требованиям: должен включать в себя функциональную структуру; проект дизайна мобильного приложения; должны быть сформированы требования к структуре главной и вспомогательных страниц приложения, к логике перехода пользователя между страницами приложения. Необходимо предусмотреть эффективную интеграцию с социальными сервисами, использование рассылок с интересующей потребителей информацией. Соответствующий медиа-контент способствует появлению новых заказчиков,

заинтересованных возможностью удобного использования функционального программного продукта.

Государственная политика в области развития внутреннего туризма

Одним из главных направлений перехода к инновационному социально ориентированному типу экономического развития России, в соответствии с «Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» (утв. распоряжением Правительством РФ 17.11.2008 и «Основными направлениями деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2018 года» (утв. распоряжением Правительством РФ 31.01.2013) является создание условий для улучшения качества жизни граждан, в том числе за счет развития инфраструктуры отдыха и туризма, а также обеспечения качества, доступности и конкурентоспособности туристских услуг.

Отрасль туризма и рекреации в России обладает всеми необходимыми ресурсами для активного развития практически всех видов отдыха и имеет в своем активе более 12 тыс. гостиниц, 477 исторических городов, более 144 тыс. памятников истории и культуры, 108 музеев-заповедников и 142 национальных парка. В настоящее время в России действует 101 государственный природный заповедник, 35 национальных парков и 69 заказников федерального значения.

В настоящее время в нашей стране реализуется Федеральная целевая программа (ФЦП) «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации на 2011–2018 годы». ФЦП была утверждена в августе 2011 г. (Постановление Правительства РФ от 02.09.2011 No 644 «О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации на 2011–2018 годы» (в ред. Постановлений Правительства РФ от 18.09.2012 No 936, от 18.02.2014 No 121).

Немногим позже, в декабре 2012 г., была принята Государственная программа (ГП) Российской Федерации «Развитие культуры и туризма на

2013–2020 годы» (утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 27.12.2012 № 2567-р). Именно эти два документа отражают основные положения государственной политики развития сферы туризма и рекреации в современной России.

В посланиях Президента РФ Федеральному Собранию последних лет были сформулированы основные приоритетные направления социально-экономической политики государства на ближайшее десятилетие, в числе которых сельское хозяйство, жилищное строительство, образование, здравоохранение, туризм и спорт. Эти приоритеты нашли свою конкретизацию в реализуемых социальных проектах.

В связи с этим на данном этапе активно развивается деятельность по созданию законов в области туризма. Принимаются меры по совершенствованию правового обеспечения туристской деятельности. В России идет процесс принятия законов на региональном уровне, разрабатываются целевые программы по стратегии развития туризма, существует система финансового обеспечения ответственности туроператоров, в области объектов индустрии туризма готовятся правовые нормативные акты, вводятся в действие правовые основы деятельности саморегулируемых организаций в сфере туризма и др.

Процессы, происходящие сегодня в российском обществе, подтверждают актуальность данного направления и указывают на необходимость дальнейшей научной разработки и теоретической основы для изучения феномена социального туризма. Своевременное конкретное решение этой проблемы на местном и федеральном уровне может способствовать стабильному развитию российского общества.

Федеральной целевой программой развития туризма в Российской Федерации определяются задачи развития социального туризма, в частности, статья 4 Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», предусматривает приоритетные

направления государственного регулирования туристской деятельности, поддержку и развитие социального туризма.

В настоящее время при правильном регулировании рыночной экономики в России развитие социального туризма может значительно превзойти советский период, при условии общедоступности внутреннего туризма для всех граждан, а в особенности для слабо защищенных социальных слоев.

Майя Ломидзе – директор туроператоров ассоциации России на пресс-конференции в конце 2017 года, озвучила результаты исследования «АТОР» - По данным Росстата, Тюмень за прошлый год посетили 2,6 миллиона туристов, из них 750 тысяч экскурсантов — тех, кто приезжает на один день, без ночевки.

"Даже если мы их исключим, у нас получится 1,75 миллиона туристов в Тюменской области, что абсолютно сопоставимо с Китаем, это сопоставимо даже с Турцией за 2016 год", — подчеркнула представитель АТОР [РИА Новости <https://ria.ru/tourism/20171003/1506100274.html>].

Исходя из политики государства в области внутреннего туризма и статистических данных, мы можем сделать вывод, что данная отрасль перспективна для развития на рынке. Для того чтобы привлечь туристический поток в Россию и регионы необходима прозрачная политика, развитие инфраструктуры и понятная стратегия развития отрасли, согласованная между органами власти.

2.2. СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

В настоящее время проект может финансироваться за счет собственных средств/инвесторов -коммерческий, либо с помощью государства – социальный. Мы в данной главе рассмотрим второй вид предпринимательства в туристической сфере.

Безубыточный, но и не приносящий доход, или дивидендов в экономическом смысле — так коротко можно описать концепцию

социального бизнеса (профессор Юнус предлагает такую модель для крупных компаний, реализующих проекты социального бизнеса как альтернативу традиционным благотворительным проектам – примеч. ред.) [<https://libre.life/co/mune/yunus/02>].

Бизнес социального предпринимателя полностью окупает свои расходы, обеспечивает возврат инвестированных средств, за счет прибыли происходит финансирование деятельности, а также она распределяется в виде более низких цен, более высокого качества обслуживания и большей доступности благ на беднейшие слои населения. Расширение деятельности в этом типе бизнеса - это производство новых товаров и услуг, выход на новые рынки, применение более эффективных технологий, все что обеспечивает рост пользы, которую социальный бизнес приносит обществу: «На смену принципа максимизации прибыли приходит принцип общественного блага», говорит Муххамад Юнус [http://www.chaskor.ru/article/pribylnyj_biznes_ili_sotsialnyj_proekt_34153].

В 20 годы прошлого века стало актуально социальное проектирование как научная проблема и социальные технологии. В этот период складывалась идеология проектирования новых общественно-важных отношений: формирование новой «социальной культуры» человека, что на сегодняшний день можно отнести к социальным процессам.

С середины 60-х годов прошлого столетия вопрос о социальном проектировании рассматривался в рамках методологии дизайна. Такие исследователи, как В.Л. Глазычев, Г.П. Щедровицкий, О.И. Генисаретский, А.Г. Рапопорт и др. впервые рассмотрели проектирование с разных точек зрения, в частности, как социальный институт. Социальное проектирование определяло пути решения разного рода социальных проблем. Так, В.Л. Глазычев выразил следующую точку зрения: «Объективная потребность в социальном проектировании появляется и постепенно осознается лишь тогда, когда задачи управления распространяются на те области, где

традиционные управленческие процедуры обнаруживают устойчивую эффективность» [Глазычев В.Л. Язык и метод социального проектирования // Социальное проектирование в сфере культуры: методологические проблемы. М., 1968. С. 117.].

Сейчас подход к социальному проектированию не сводится только к социальному планированию с использованием программно-целевых методов. Проектируя, автор создает совершенно новый объект с усовершенствованным качеством социальной жизни.

Недостаток социального проектирования состоит в том, что проектировщик не всегда учитывает требования и видения других вероятных участников данного процесса. В результате этого существует лишь прогнозирование на возможность реализации социальных проектов, где сам процесс исполнения проекта отодвигается на будущее.

Перспективное социальное проектирование можно отразить в следующих аспектах:

- детализированный подход к той или иной социальной проблеме, являющейся актуальной для определенной местности;
- описательный характер тематических полей в рамках проблем ближайшего будущего;
- активно построенные проектные действия;
- презентация социального проекта в целом на уровнях государственного, регионального и местного управления.

Внимательный подход к методу социального проектирования позволяет создать действующую модель, которая в дальнейшем может тиражироваться на разных уровнях регионов и муниципальных образований.

Социальный проект – это комплекс социально ориентированных действий, направленных на достижение какой-то социально значимой задачи. В таком случае социальное проектирование позволяет корректно

создавать и реализовывать эффективно-качественные и социально ориентированные проекты.

На сегодняшнем этапе социальный проект оказывает все большее влияние на инновационные сферы экономики, социальной и политической жизни-деятельности государства. Целесообразность принятия государственных и муниципальных целевых программ и проектов определяется соответствующими нуждами органов государственной власти и органов местного самоуправления в решении конкретных социальных задач.

В настоящий период нет в чистом виде политических, экономических, социальных проектов на преобразование и улучшение качества жизни общества и уровня социальной защиты при создании социального государства.

С точки зрения научно-практических исследований необходимо принять во внимание, что социальные проекты во многих аспектах – явление новое для России. Каким образом будет складываться социально-правовой механизм их регулирования, во многом определяют социальные запросы общества.

Качественная и количественная оценка реализации социальных проектов, как правило, затруднена и связано это с тем, что расходы зависят от пополнения бюджета – федерального, регионального, местного.

Необходимо обновление механизмов и функций Российского государства в целях удовлетворения социальных потребностей населения путем перераспределения социальных благ, обеспечив тем самым сплочение общества.

Во многих странах мира социальный туризм расценивается как экономически значимая категория. В законах различных государств этот вид туризма считается приоритетным. В российском законодательстве социальному туризму определяется третья степень приоритета.

До сих пор в нашей стране нет нормативно-правового документа, регламентирующего механизм субсидирования государством, полагающуюся по закону помощь, предусматриваемую на социальные нужды. Нет нормативов, регламентирующих вопрос о том, когда, где и кто из туристов и на какие виды путешествий может получить финансовую поддержку.

В законопроекте «О социальном туризме» содержатся правовые нормы, которые определяют конкретные основные понятия применения выгодного регулирования в сфере социального туризма для всех слоев общества. Они соответствуют международным нормам и принципам, которые утверждены основополагающими документами Всемирной туристской организации. В проекте закона «О социальном туризме» заложена правовая основа для воссоздания в России общедоступного, социально ориентированного туризма. Его идеология состоит в том, чтобы развивались приоритетные виды социального туризма (детско-юношеского, лечебно-оздоровительного, культурно-познавательного, семейного, молодежного), чтобы туризм стал доступен для инвалидов и пенсионеров.

На вопрос о необходимости принятия такого закона многие ведомства и министерства дали отрицательный ответ, ссылаясь на нарушения законодательных норм и некомпетентность разработчиков,

Это подтверждает тот факт, что у представителей государственного сектора в настоящее время отсутствуют в целом ясные понятия о процессах модернизации социальной сферы и развитии социальной культуры общества.

Вклад и степень участия различных субъектов права законодательной инициативы в развитии механизма и конкретных форм правового регулирования в связи с реализацией приоритетных социальных проектов и целый ряд других вопросов всегда остается трудно решаемой задачей.

Однако в необходимости принятия закона «О социальном туризме» убеждает мировой опыт. Широкое развитие социальный туризм получил в

странах Евросоюза. Во многих государствах мира социальный туризм общедоступен, несмотря на его дешевый суммарный приток, так как он способствует увеличению занятости населения, привлечению инвестиций в туризм и налоговым поступлениям в казну. Высокий спрос на этот институт туризма существует, так как он приемлем по цене, общедоступен и быстро окупается. Это устраивает и государство, и граждан. В цивилизованных странах можно увидеть, что социальный туризм развивается в виде «ассоциативного туризма». Его организаторы – различные профессиональные союзы туристских компаний и ассоциации социального туризма.

К примеру, в Германии существует инфраструктура христианских отелей, где обслуживаются нуждающиеся, инвалиды, престарелые. В целях развития культурно- познавательного туризма в местах досуга (музеи, театры и т.п.) имеются кресла- коляски, которыми могут воспользоваться инвалиды. Затраты на обслуживание и сервис покрываются финансированием из специальных фондов.

В Финляндии находится целая цепочка малых фирм (регион Порвоо), которые предлагают услуги по организации водного туризма для инвалидов на специализированных прогулочных судах, куда могут подняться люди на инвалидных креслах .

Во Франции большое распространение получила одна из форм социального туризма – сельский туризм. Ассоциация социального туризма обладает объектами отдыха, предлагая их за небольшую плату своим пайщикам. Такой недорогой отдых на лоне природы востребован круглогодично и молодежью.

В Австрии наиболее хорошо развивается спортивно-развлекательный туризм. Тироль (горный курорт) входит в число самых приспособленных районов Европы для инвалидов колясок. Люди, пользующиеся специальными средствами передвижения, имеют возможность беспрепятственно гулять по улицам Тироля и осматривать

достопримечательности, подниматься на горные высоты и даже заниматься на базах отдыха доступными для них активными видами спорта [<http://www.alltravels.com.ua>].

Мировой опыт убеждает: благодаря туризму государства, поддерживающие эту сферу законодательно выверенной политикой, богатеют.

В современной России развитие социального туризма возможно в основном через государственное регулирование.

Существует необходимость доработки законопроекта «О социальном туризме», где четко будет определяться механизм адресной помощи, определены объекты и субъекты, сформулированы понятийный аппарат и основы принятия решений конкретных задач, возможность объединения средств, четко определены права и обязанности участников отношений в этой сфере.

Экономическому и выгодному развитию социального туризма способствует не только наличие отдельных инфраструктурных элементов, а социально-правовая система, обеспечивающая доступ людей к полноценному отдыху и эффективному восстановлению физических и духовных сил.

Все это, доказывает, что социальный туризм по всему миру развивается и в том числе, способствуют привлечению капитала в города.

2.3. ОПРОС

Перед тем, как приступить к проектированию концепта мобильного приложения, мы провели опрос среди 95 респондентов, для того чтобы подтвердить наши предположения, описанные в первой главе, а также для того чтобы, лучше понять в каком направлении двигаться. Опрос был проведен анонимно с помощью инструмента- Гугл формы, что позволило наиболее достоверно собрать информацию.

В опросе приняло участие 95 респондентов – разного возраста и социального статуса.

Изначально, целевые группы разделили на три категории :

- 17-24 года
- 25-35 лет
- 35 лет и старше

Большей части опрошенных от 19 до 27 лет, хотя количество запросов было разослано в одинаковой пропорции. Можно сделать вывод, что в дальнейшем при исследовании и разработке проекта, следует ориентироваться на данный возраст.

77 % опрошенных являются лицами женского пола.

На вопрос – «Как вы считаете, чем Тюмень отличается от других городов России?» ответило 89 респондентов.

Если тезисно выделить наиболее часто повторяющиеся слова и фразы, то можно охарактеризовать город следующим образом:

- В Тюмени хорошие дороги
- В Тюмени высокий уровень жизни
- Тюмень – очень уютный и комфортный город для проживания, с быстро развивающейся инфраструктурой

Далее следует второй блок опроса, связанный с взаимодействием опрашиваемых с их мобильным телефоном.

Как и предполагалось, у большинства интервьюеров, есть смартфон с возможностью выхода в интернет и использованием мобильных приложений.

Следующий вопрос был – «Сколько часов в день вы пользуетесь смартфоном?», на который ответило 94 опрошенных.

50 % из них тратят больше 6 часов своего времени на мобильный телефон, в течение всего дня, не зависимо от обстоятельств (работа, учеба, свободное время).

На вопрос «С какой целью?» более 75% респондентов ответило для общения и просмотра новостей. Более 50% отметило, что это их привычка и вся жизнь в нем.

92 участника опроса ответили, что пользуются мобильными приложениями, отсюда следует вывод, что это привлекательная ниша для развития бизнеса. Наиболее популярные среди них это – Инстаграм, мессенджеры и социальные сети, то есть приложения, содержащие развлекательный контент. Из более серьезных приложений можно отметить – ДубльГис, Гос услуги, Штрафы и банковские услуги. Для 85% процентов респондентов отметили, что в первую очередь, обращают внимание на навигацию и дизайн, при использовании приложений.

Более 65 % опрошенных читают новости о жизни города.

63 опрошенных предпочитают получать информацию из социальных сетей, 24 из новостных порталов, 70 респондентов предпочли бы получать информацию из одного источника.

На вопрос «Каким мобильные приложение о Тюмени вы знаете?» ответили 87 участников, 26 из них не знают мобильных приложений о городе, 37 знают приложения, связанные с транспортом, медициной и ЖКХ.

15% опрошенных знают о таких приложениях как, Моя Тюмень и 72.ru

Большая часть респондентов ответила, что в мобильном приложении о городе хотела бы видеть информацию о новостях, отзывах о заведениях, предстоящих событиях и достопримечательностях с уклоном на развлекательный контент. 64 опрошиваемых ответили, что предпочитают неформальную форму подачи информации, 28 – формальную.

Мобильное приложение должно содержать в себе фото, видео, обратную связь и интерактивное взаимодействие.

У мобильного приложения должна быть офф-лайн версия, на случай отсутствия интернета на смартфоне, с функциями социальных сетей

Особенности Тюменского региона

Для того чтобы, спроектировать мобильное приложение для города Тюмени, необходимо понимать его особенности.

Тюменская область расположена в самом центре Евразии, протянувшись от границ Республики Казахстан до берегов Северного Ледовитого океана. В ее состав входят два субъекта Российской Федерации - Ханты-Мансийский и Ямало-Ненецкий автономные округа. Южная часть (без округов) является собственно Тюменской областью.

Единственный регион России, простирающийся (вместе с автономными округами) от Северного Ледовитого океана на севере до государственной границы на юге. Вместе с автономными округами является крупнейшей областью в России.

Площадь Тюменской области составляет 1 464 173 кв км [<https://www.russiatourism.ru/regions/?fedokr=107&freg=237>].

Тюмень и ее область называют «Воротами Сибири» - отсюда начиналось освоение новых российских земель, отсюда отправлялись в поход отряды легендарного Ермака.

На территории сибирского края сохранилось немало уникальных святынь: Храмы Тюмени, Тобольска, Ишима и Ялуторовска.

Исторические - расположенный на высоком берегу Иртыша Знаменский Абалакский монастырь — одна из древних и наиболее почитаемых в Сибири обителей. А Троицкий монастырь, основанный в 1616 году старцем Нифонтом, всегда был украшением исторического центра Тюмени.

Особое место в истории области занимает город Тобольск - "жемчужина" в ожерелье старых сибирских городов. Это город древних храмов и богатейшей истории, город, который называют "духовной столицей" Сибири.

Наиболее значимым архитектурным комплексом Тобольска является единственный в Сибири каменный кремль - краса и гордость бывшей губернской столицы. У стен этой белокаменной крепости начинался

Тобольск, а по большому счёту и вся русская Сибирь. На территории кремля расположен Тобольский историко-архитектурный музей –заповедник, включающий 33 объекта федерального значения [<https://ru.wikipedia.org/wiki/Тобольск>].

Через Тобольск проходили торговые пути из европейской части России в Китай и Среднюю Азию - "Великий шёлковый путь" и "Большой чайный путь".

Безусловным интересом у туристов пользуется небольшое село Покровское - родина Григория Распутина, одного из самых таинственных персонажей русской истории. В Покровском находится музей Распутина, где хранятся его личные вещи и подлинные фотографии.

К достопримечательностям архитектуры и градостроительства можно отнести Деревянное зодчество - еще одно из направлений, которое интересует туристов в Тюменской области, самобытность и нетронутость временем деревень.

Археологические достопримечательности - в настоящее время на территории Ингальской долины открыто более 600 исторических памятников: поселений, городищ, курганских групп, относящихся к различным периодам - от неолита до средневековья.

По содержанию находок в этих местах можно смело утверждать, что племена, жившие там более 2000 лет назад, имели торговые отношения с Древним Египтом, Средней Азией и участвовали в военных походах на Древний Рим, Закавказье и греческие колонии на Черном море. Нижняя Тавда, Искер, Вагай - места, связанные с историей похода дружины Ермака на Сибирское ханство [<http://w-siberia.ru/turto/area/tyumen/infr/vidturs/known.htm>].

Помимо богатого историко-культурного наследия Тюменская область располагает большими возможностями для занятий активным отдыхом и для желающих получить услуги санаторно-курортного обслуживания.

Садово-парковые - недра области содержат минеральные воды, разнообразные по лечебным свойствам и качеству. Тюменская минеральная вода используется при лечении хронических гастритов желудка, заболеваний печени, болезней обмена веществ и сахарного диабета. Далеко за пределами региона известны термальные источники, купание в которых рекомендуется при сердечно-сосудистых заболеваниях и заболеваниях нервной системы.

В озерах региона сосредоточены значительные ресурсы различных типов лечебных грязей. Практически во всех районах имеются озера с залежами сапропеля, который оказывает высокий терапевтический эффект при заболеваниях опорно-двигательного аппарата, снижает кровяное давление, стимулирует обмен веществ, оказывает рассасывающее и противовоспалительное действие, стимулирует восстановительные процессы.

В Тюменской области действуют более 35 санаториев, профилакториев, пансионатов и баз отдыха, которые используют природные лечебные ресурсы региона для лечения и профилактики различных заболеваний

[https://admtyumen.ru/ogv_ru/finance/investment/more.htm?id=11264448@cms Article]. Санатории оснащены самой современной диагностической аппаратурой и осуществляют все виды электролечения, водолечения, теплолечения и грязелечения с применением современных методик.

Особый интерес у любителей активного отдыха вызывает Уватский район, который можно отнести к ландшафтными достопримечательностями. Богатство уватских рек, озер, заповедных уголков настоящей сибирской тайги известны далеко за пределами района и привлекает на его просторы многочисленных любителей отдыха на природе, трофейной рыбалки, охоты. Здесь расположены охотничьи кордоны, построен биатлонный центр международного уровня, открыта горнолыжная трасса, что позволяет проводить в Увате соревнования различного уровня, принимать на сборы

спортсменов как зимних, так и летних видов спорта, их болельщиков и фанатов. Для любителей экстрима организовываются подготовка и прыжки с парашютом, гонки на картах, сплавы по реке.

Можно сделать вывод, что тюменский регион имеет богатое культурное наследие, с большим количеством мест для посещения туристов и жителей города. Из его особенностей мы можем использовать, например, то, что это единственный регион в России, который территориально находится (не знаю как написать от океана и до границы страны, сразу на двух границах.

2.4. ОБЗОР ГОРОДСКИХ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ ТЮМЕНИ

Для того, чтобы создать конкурентоспособное приложение, необходимо изучить рынок уже имеющихся платформ в app store и goggle market на территории Тюмени .

Мобильные приложения в Тюмени:

- Тюмень. Транспорт - с помощью этого приложения можно узнать расписание автобусов и маршрутных такси, а также отследить движение транспортного средства на карте.
- Новая Тюмень – Чтобы сообщить о проблеме в городе можно разместить информацию в приложении. Сообщения делятся на категории: нарушение благоустройства, тротуары, дорожное движение, общественный транспорт, градостроительство, парковки, экология, детские площадки, автохлам, велосипеды.
- Медицина 72 – Через данное приложение можно записаться в любую больницу нашего города. В приложении доступна опция «Послы жизни», которая включает в себя ведение дневника приема лекарственных препаратов, введение измерений показателей физического здоровья человека, установка напоминания о приеме лекарства. Если вы не выпили таблетку в назначенный час – приложение тут же просигнализирует об этом оповещением.

- Парковки Тюмени - Приложение рассказывает о ближайших парковках, их вместимости и названии, пути проезда к парковочному месту и его стоимости.

- Берегите лес – через приложение можно сообщить о пожаре – звонок на горячую линию или сообщение с фотографиями. Все отправленные сообщения фиксируются в журнале приложения. Также в приложении есть специальный раздел со справочным материалом и нормативными документами.

- Открой свою Тюмень – квест-игра с текстовыми и визуальными вопросами об истории Тюмени и Тюменской области. За правильные ответы начисляются баллы, которые потом можно обменивать на призы.

- Моя Тюмень – Справочник о городе, на котором можно ознакомиться с достопримечательностями, культурными местами.

- Афиша Тюмень – афиша концертов, театров, мюзиклов, шоу с возможностью покупки билетов через приложение .

- 72.ru – новости о Тюмени.

- Я решаю – мобильное приложение, разработанное администрацией города Тюмени – проект, позволяющий участвовать в жизни города и решать общие вопросы путем голосования.

- Вслух.ru – деловое и общество-политическое онлайн-СМИ.

- VisitTyumen – наиболее удачное мобильное приложение, разработанное областным департаментом по туризму, рассказывающее о городе.

Просмотрев большую часть приложений, можно сделать вывод, что у большинства обычный дизайн, который не привлекает пользователя, стандартная схема взаимодействия – повествования, которая быстро наскучит, либо должен разрабатываться качественный контент.

Во второй главе мы изучили влияние информационных технологий на туристическую сферу. Проанализировав, различные аспекты мобильных

приложений как новый формат развития туристической сферы, можно сделать следующий вывод: мобильные приложения на сегодняшний день, безусловно, очень перспективный вариант развития рынка внутреннего туризма и привлечения инвестиций. Согласно данным ВЦИОМ, каждый четвертый путешественник является пользователем мобильных приложений в сфере туризма. Объем капиталовложений в рынок мобильных гидов составил 8,91 млн. долл. (при стоимости продукта 0,99 долл.) на 2016 год. И, пока будут популярны смартфоны и планшеты, данный рынок будет набирать обороты и завоевывать все новых пользователей.

Регионам Российской Федерации, и Тюмени в частности, для того, чтоб преуспеть в туристической отрасли и заняться развитием внутреннего туризма необходимо использовать современные мобильные технологии. Ситуация на российском рынке ослабила высокий спрос на туристические продукты из-за развития конкуренции на рынке он-лайн бронирования, а также экономической и политической неопределенности. Все эти факторы говорят о том, что в ближайшем будущем необходимо пересмотреть существующую модель бизнеса.

Посмотрев на региональный рынок в данной отрасли, можно отметить, что наблюдается отставание в создании востребованных информационных туристических ресурсов, которые бесспорно способствовали бы развитию туризма, как среди жителей, так и среди приезжающих к нам из других регионов Российской Федерации и стран.

Необходимо создать мобильное приложение по городу, в котором будет содержаться актуальная информация в первую очередь о туристических объектах города, режиме их работы, способах добраться до них, а также мероприятиях, проходящих в городе. Мобильное приложение должно быть бесплатным, иметь возможность оставлять отзывы и рекомендации. Гости города могут узнавать о данном информационном ресурсе в аэропорту, на вокзалах, на баннерах на въезде и в центре города.

Также была изучена государственная политика в туристической отрасли. Происходящие на законодательном уровне изменения в российском обществе, подтверждающие актуальность данного направления и указывают на необходимость дальнейшей научной разработки и теоретической основы для изучения феномена социального туризма. Своевременное конкретное решение этой проблемы на местном и федеральном уровне может способствовать стабильному развитию российского общества.

Исходя из политики государства в области внутреннего туризма и статистических данных, мы можем сделать вывод, что данная отрасль перспективна для развития на рынке. Для того чтобы привлечь туристический поток в Россию и регионы необходима прозрачная политика, развитие инфраструктуры и понятная стратегия развития отрасли, согласованная между органами власти.

В современной России развитие социального туризма возможно в основном через государственное регулирование.

Существует необходимость доработки законопроекта «О социальном туризме», где четко будет определяться механизм адресной помощи, определены объекты и субъекты, сформулированы понятийный аппарат и основы принятия решений конкретных задач, возможность объединения средств, четко определены права и обязанности участников отношений в этой сфере.

Экономическому и выгодному развитию социального туризма способствует не только наличие отдельных инфраструктурных элементов, а социально-правовая система, обеспечивающая доступ людей к полноценному отдыху и эффективному восстановлению физических и духовных сил.

Все это, доказывает, что социальный туризм по всему миру развивается и в том числе, способствуют привлечению капитала в города.

3 ГЛАВА

КОНЦЕПЦИЯ ГОРОДСКОГО МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ

В третьей главе мы описали проект мобильного приложения, изучили принципы его проектирования, отличие платформ, на основании этих данных разработали концепт мобильного приложения.

Для проекта было создано календарное и бюджетное планирование, техническое задание на разработку, способы монетизации проекта, а также создали его дизайн.

3.1.ПРОЕКТ

Как пройти в библиотеку? Куда пойти сегодня вечером? Где бы найти свободное место на парковке? Кому пожаловаться на ямы во дворе?

Все эти, а также многие другие вопросы ежедневно преодолевают тысячи, если не миллионы жителей города. И если ещё несколько лет назад их приходилось задавать прохожим или просто бегать по улицам в поисках необходимого учреждения, периодически натываясь то на обеденные перерывы, то на учёты или вообще выходные, то теперь ответ практически на любой вопрос лежит на ладони.

Для смартфонов созданы тысячи разнообразных приложений. Большинство из них, конечно, служат в качестве развлечений — многочисленные игры, которые не приносят абсолютно никакой пользы. Но есть и такие приложения, без которых уже сегодня невозможно представить жизнь в городе.

В Тюмени постоянно проживает около семисот тысяч человек, согласно данным администрации города [<http://www.tyumen-city.ru/gorodtumeny/naselenie>].

Большинство людей получают информацию частично и из разрозненных источников: социальные сети, друзья, радио, если имеется автомобиль, реже телевидение. Мы хотим создать мобильное приложение, в котором будут актуальные новости и предстоящие события. Основываясь на данных из проведенного нами опроса, мы пришли к выводу что , все

респонденты имеют смартфоны, и пользуются мобильными приложениями, что доказывает гипотезу –мобильные приложения это жизнеспособные платформы для продвижения товара/услуги/бренда.

В данном проекте мы хотим создать универсальное городское приложение для города, включающее в себя:

- Предстоящие события
- Новости
- Достопримечательности
- Места, интересные для посещения и отзывы о них
- Карту

Цель: создать региональное мобильное приложение

Задачи:

- Разработка дизайна
- Разработка платформы и написание кода для приложения
- Разработка календарного плана
- Разработка маркетинговой стратегии
- Подбор контента

Целевая аудитория:

- Возраст от 17 до 29 лет
- Преимущественно женский пол
- Социальный и экономический статус не важен

Название мобильного приложения – Tuumen.Go, Узнай Тюмень

Технический проект туристического мобильного приложения должен соответствовать следующим требованиям: должен включать в себя функциональную структуру; проект дизайна мобильного приложения; должны быть сформированы требования к структуре главной и вспомогательных страниц приложения, к логике перехода пользователя между страницами приложения. Необходимо предусмотреть эффективную интеграцию с социальными сервисами, использование рассылок с

интересующей потребителей информацией. Соответствующий медиа-контент способствует появлению новых заказчиков, заинтересованных возможностью удобного использования функционального программного продукта.

Необходимо создать мобильное приложение по городу, в котором будет содержаться актуальная информация в первую очередь о туристических объектах города, режиме их работы, способах добраться до них, а также мероприятиях, проходящих в городе.

Мобильное приложение должно быть бесплатным, иметь возможность оставлять отзывы и рекомендации. Наше приложение не может работать без нативных функций мобильных устройств, так как важна высокая скорость обработки данных (геолокация). Четкое представление об особенностях классификации и разработки мобильных приложений помогает создать конкурентоспособное приложение.

Основываясь на ранее изученной информации о типах мобильных приложений, мы пришли к выводу, что нам нужно гибридное мобильное приложение, так как оно сочетает в себе некоторые функции нативных и веб-приложений: кроссплатформенность и возможность использования ПО телефона. Такие приложения могут быть загружены через магазины приложений, и при этом имеют возможность независимого обновления информации. Гибридные приложения требуют подключения к интернету, поскольку веб часть обновляется через интернет. Это, наверное, самый популярный способ построения мобильных приложений, так как у него органическая среда распространения, но разработка происходит быстрее и дешевле, чем в случае с нативными приложениями, так как, хотя оболочка и написана на «родном» языке программирования, «начинка» может быть написана в том или ином объеме на html5.

Разделы мобильного приложения

Предстоящие события – как показал опрос, проведенный нами ранее, именно этот раздел хотят видеть большинство респондентов. Контент будет

наполняться за счет сотрудничества с местными властями, городскими СМИ и частными организациями. Также во время кампании по продвижению мобильного приложения будет указан электронный адрес, куда можно присылать пресс-релизы и анонсы.

Новости – данный раздел был на втором месте по популярности среди опрошенных. Новости по получению контента схожи с предыдущим разделом, городские СМИ и блоггеры, администрация с указанием авторства и ссылками на оригинальные статьи, либо авторство.

Достопримечательности – описание и геолокацию местных достопримечательностей можно посмотреть на сайтах учреждений, но для размещения информации о них на нашей платформе необходимо предварительное согласование руководства, так как некоторые среди них частные. Информацию о выставках, мероприятиях можно получать в пресс-релизах напрямую от специалистов связей с общественностью.

Места интересные для посещения – в данном разделе будет информация о заведениях нашего города : кафе/рестораны, торговые центры, парки, места для активной деятельности, зоопарки, горячие источники, загородные клубы

Карта – Карты будут импортироваться из Google Maps, компания Google разрешает пользоваться их картами для бесплатных мобильных приложений. У них есть ряд условий, например, указание авторства, но это не является проблемой для нас.

Все эти разделы будут на первой странице, как только пользователь будет открывать мобильное приложение.

Также можно будет переходить в другие разделы, расширенные – экскурсии, маршруты, мероприятия, туризм, события. Пользователь сможет выбрать сколько дней он будет в городе, и исходя из этих данных, приложение подберет ему маршрут.

В мобильном приложении будут встроены элементы социальной сети, пользователи смогут оставлять свои комментарии или делиться отзывами.

Для того чтобы, можно было этого делать, необходимо будет пройти процесс регистрации через номер мобильного телефона или электронную почту, что в дальнейшем дает нам дополнительные возможности для рекламы.

Основные цвета дизайна мобильного приложения - синий, белый, желтый.

Как уже мы упоминали выше, концепция разработки должна быть приближена к городской.

Цвета в приложении перекликаются с цветами на гербе города.

Также в нашем мобильном приложении будет главный герой – соболь.

На наш взгляд, внедрение символа города в мобильное приложение будет способствовать привлечению аудитории и ее удержанию при пользовании.

Соболь – давний символ региона, изображенный на гербе области. Именно поэтому в качестве талисмана часто выбирают именно его. Во время подготовки к этапу Кубка мира по биатлону, соболю даже дали имя - Феликс.

Соболь является символом и у тюменских хоккеистов из клуба «Рубин», а также у дзюдоистов. Причем на международном турнире по дзюдо «Большой Шлем», который впервые прошел в Тюмени в 2014 года, соболю выбрали имя. Его зовут Татамик, он очень любит дзюдо, носит кимоно и каждый раз с нетерпением ждет начала соревнований.

Во время написания данной магистерской работы, областным департаментом было создано мобильное приложение, в рамках нового формирования бренда города – Visit Tyumen, имеющее официальный характер. Поэтому мы приняли решение создать более неформальное мобильное приложение.

Перед тем, как приступить к расчету стоимости мобильных приложений на различных платформах, мы изучили основные ошибки, которые могут возникнуть в процессе его разработки.

Ошибки:

- Нет оптимизации под мобильные устройства.
- Добавление большого количества функций.
- Форма регистрации.
- Отправка пользователям Push-уведомлений.
- Проектирование веб-дизайнером мобильного приложения.

Ошибки, которые часто допускают дизайнеры, проектируя мобильное приложение:

Не соблюдают принципы построения интерфейсов для Android и требования для iOS, закладывая неправильную структуру экранов. Это делает приложение непонятным для пользователя и увеличивает срок разработки.

Также они применяют ненативные элементы и неуместную анимацию, что также увеличивает срок и стоимость разработки и переносят веб-элементы на дизайн мобильных приложений. Кастомные поля ввода, вебовские чекбоксы и свитчеры увеличат срок разработки и стоимость поддержки на разных версиях ОС.

- Оставить вопрос синхронизации на конец разработки.

Программы бухгалтерского и складского учёта, CRM и ERP, телефония - приложение нужно встроить в системы, с которыми работает ваша компания.

Сложность состоит в том, что, информация о товарах, цены и данные о клиентах могут быть в разных базах и программах;

структура отдаваемых данных не подходит для мобильного приложения.

Например, для получения данных об одном товаре надо сделать восемь запросов. Отсюда последствия: медленное получение данных - клиенты

ставят «колы»; превышение лимита на сервере или любая серьёзная нагрузка - сервер лежит.

- Пытаться предусмотреть все нюансы в первой версии.

Какие функции действительно будут востребованы в будущем приложении предсказать невозможно, поэтому включить все идеи в первую версию бюджет ошибкой. Этим увеличивается срок разработки, перегружается интерфейс и откладывается «боевой» запуск продукта.

Факторы, влияющие на разработку мобильного приложения.

Стоимость зависит от количества часов, которое займёт разработка проекта. Это количество формируется в процессе оценки и состоит из трёх больших блоков:

1. Список самых затратных компонентов приложения.
2. Количество поддерживаемых платформ и устройств.
3. Объём кастомизации элементов интерфейса и анимаций.

Количество часов на разработку — самый важный фактор стоимости.

Кроме этого, на итоговую стоимость влияет состав команды проекта, расходы на развитие проекта после релиза и расходы на то, что входит в работу студии помимо самой разработки (аналитика, дизайн, проектирование, тестирование, менеджмент).

Итак, какие компоненты приложений самые затратные по часам и стоимости:

- Большое количество данных, экранов и действий в приложении.

Чтобы отобразить в приложении большое количество данных, нужно постараться, ведь экран смартфона меньше веб-страницы. Дизайнер должен придумать, как это будет выглядеть, а разработчик — сверстать и запрограммировать. Для реализации этой задачи мобильным разработчикам нужно написать требования к API, то есть зафиксировать, какими данными приложение будет обмениваться с сервером. Когда требования к API готовы, а бэкенд-разработчики его создали, API нужно протестировать.

Под данными мы имеем в виду любую числовую, графическую или текстовую информацию: фотографии, теги, численные характеристики товаров и т.д. Если данные должны отображаться динамически, процесс отображения усложняется.

- Бэкенд

Это серверная система, которая хранит базы данных и бизнес-логику проекта и передаёт их клиентской стороне — мобильному приложению — в соответствии с API. Требования к API формулируют мобильные разработчики. А саму серверную часть создают бэкенд-разработчики.

- Административная панель.

С её помощью можно управлять аккаунтами пользователей и контентом. Какие работы входят в эту задачу: проектирование, дизайн и вёрстка интерфейса; создание API и разработка бэкенда, который будет хранить добавляемый контент и осуществлять с ним какую-то логику.

- Использование аппаратных компонентов и интеграция со сторонними устройствами.

Современные смартфоны оснащены такими аппаратными компонентами, как гироскопы, акселерометры, датчики пульса, NFC-чипы, Bluetooth-датчики, барометры и т.д. Набор компонентов может отличаться в зависимости от устройства и производителя, а поиск правильного способа работы с каждым смартфоном и тестирование того, как разные аппаратные компоненты взаимодействуют с кодом, может увеличить затраты и время на разработку.

Кроме встроенных аппаратных компонентов приложение может использовать внешние устройства. Лайв Тайпинг работал с BLE Beacon-маячками на проекте Positive Proximity и с алкотестером Lapka, интегрировал Bluetooth-принтер на проекте Time&Tally и устройство Resero Whistle на проекте Resero, разрабатывал приложение для распознавания лиц на основе устройства Raspberry Pi 3. У этих устройств есть свои функции, и,

чтобы приложение могло взаимодействовать с ними, нужно обрабатывать данные, которые они передают.

- Интеграция сторонних сервисов.

Некоторые функции в мобильных приложениях требуют интеграции со сторонними библиотеками, фреймворками и сервисами. Например, функция оплаты по карте. Для неё мы можем подключить сервисы Stripe и Braintree, Uniteller, Яндекс.Кассу, платежи Альфа-банка, Раурал и т.д. Чаты могут быть реализованы с помощью таких сервисов, как Layer, Intercom и Smooch. Добавить возможность делиться контентом приложений в социальных сетях можно с помощью обращения к API Facebook, Twitter и Google+, ВКонтакте.

Добавить один-единственный сторонний сервис — не очень долгий процесс, но если проект большой и интеграций нужно много, такая работа может занять несколько сотен часов разработчика.

2. Количество поддерживаемых устройств и операционных систем.

Если нужно разработать приложение и под iOS, и под Android, наличие второй платформы почти всегда удваивает цену разработки. Учитывая фрагментацию на Android-рынке, стоимость приложения для этой платформы может превышать стоимость приложения под iOS в среднем на 20%. Но часто оценка для двух систем одинакова — всё зависит от проекта.

iOS-приложения должны быть совместимы с последней версией iPhone и несколькими её популярными предшественниками. На ноябрь 2017 года это iPhone X и более ранние модели: iPhone 8, 8+, 7, 7+, 6, 6+, 6S, 6S+, 5C, 5S, SE, 5. То же справедливо и для версий операционной системы: iOS 11, 10, 9. Приложения под Android делаются поддерживаемыми на версиях Android от Android 4.4 KitKat до Android 8.1 Oreo.

Адаптация приложения для планшетов может прибавить до 75% от стоимости, а поддержка более старых версий iOS и Android может увеличить стоимость разработки в полтора раза — старые версии имеют

ограничения по производительности, не обновляются и не развиваются. Чтобы избежать расходов, которые могут оказаться лишними, рекомендуем начинать разработку с перечисленных выше версий платформ и наиболее популярных устройств.

3. Объём кастомизации элементов интерфейса и анимаций.

Чтобы понять, что влияет на цену дизайна мобильных приложений, стоит немного разобраться в том, как устроен этот процесс.

Дизайнеры мобильных приложений пользуются гайдлайнами операционных систем. Это такие руководства по оформлению интерфейса приложений на iOS или Android. Гайдлайны помогают не только дизайнерам, но и разработчикам. Когда разработчику нужно реализовать стандартные элементы интерфейса (те, что зафиксированы в гайдлайнах), ему помогает UI-kit платформы.

Что будет, если мы захотим сделать какой-то элемент не таким, каким он обычно выглядит в этой ОС?

Например, в приложении должна быть возможность выбора даты. В iOS для этого в стандартном случае используется барабан, а в Android — карточка. Чтобы поменять элемент, разработчику нужно будет либо кастомизировать элемент из «родного» UI-kit, либо создавать что-то новое с нуля. А это дольше и дороже. Таких моментов в приложении может насчитаться много и в сумме они повлияют на стоимость проекта. Все эти изменения потребуют больше времени дизайнера и разработчика.

Зачем следовать гайдлайнам? Во-первых, это экономит время дизайнеру и разработчику, а заказчику экономит бюджет. Во-вторых, стандартные решения привычнее и удобнее для пользователя, поэтому заказчику стоит помнить о целесообразности кастомизации элементов, если возникает такая потребность.

С анимациями похожая история: чем они сложнее, тем требуют больше времени и бюджета.

Всё вышесказанное касается стоимости разработки нативных приложений. Если же приложение кроссплатформенное, оно будет дешевле двух нативных примерно на 25%.

Кроме бюджета на разработку нужно учитывать и расходы на развитие продукта. Приложению нужны обновления, служба поддержки клиентов, поддержка серверной части и облачного хостинга, услуги юриста и — очень важный момент — на маркетинг и продвижение.

Студии разработки, как правило, не включают в первоначальную смету поддержку после релиза.

Конечная цена приложения включает детализацию требований и аналитику, проектирование и дизайн, разработку, тестирование и менеджмент. Этот круг повторяется итерация за итерацией, пока проект не будет считаться завершенным. Релиз — это не конечная точка работы над приложением, а только её начало. Стоит быть готовым к долгому сотрудничеству с командой разработки.

Стоимость разработки мобильного приложения рассчитывается исходя из двух параметров: их объема и стоимости часа труда.

Классическая структура работ по созданию мобильного приложения складывается из следующих этапов:

- Оформление документации;
- Проектирование системы;
- Общие вопросы хранения и обработки данных;
- Вопросы синхронизации данных;
- Прототипирование;
- UI/UX дизайн, разработка;
- Полировка UI/UX дизайна на прототипе;
- Управление аккаунтами пользователей;
- Серверная логика;
- Интеграция с внешними сервисами;
- Реализация Push уведомления, онбоардинг;

- Поддержка версионной совместимости;
- Тестирование продукта;
- Запуск.

Этот список варьируется от разработчика к разработчику и от проекта к проекту. Однако при получении ответа на вопрос о стоимости создания мобильного приложения зачастую сравниваются только цены от нескольких студий, без анализа работ, которые вошли в оценку.

Стоимость одного часа работ только в России варьируется от 600 до 3500 руб за час, в мире разброс цен выше. Цена зависит как от уровня квалификации специалистов, так и от бренда самой студии.

Первое, из чего складывается стоимость и время разработки — это сложность приложения. Второе — количество платформ (iPhone iOS, iPad iOS, Android phone, Android tablet, Windows Phone), на которых оно будет работать. Да, планшеты и смартфоны нередко считаются отдельно, но не всегда

Разделение по категориям сложности у каждой студии свое.

- простые (делаются по шаблонам, без баз данных, 70-140 часов для устройств Apple);
- поддерживающие интеграцию с базами данных (делаются с помощью backend-платформ типа Scorocode, 140-210 часов для iOS);
- для предприятий (интегрируются с бизнес процессами, используют как базы данных, так и память устройства, от 210 часов для iOS);
- игровые (синглплэеры и мультиплэеры, от 420 часов для iOS).

1. Простые приложения

Обычно под простыми приложениями понимают те, которые содержат около 5 экранов, не обмениваются данными ни с какими вашими и чужими базами (сами не обновляют списки свободных столов, оставшихся

билетов), не собирают аналитику действий пользователей, а личный кабинет в них если и есть, то с регистрацией только по email.

Простые приложения — это, как правило, или визитки (информация о компании, адрес, карта проезда), или программы, созданные для одного несложного процесса вроде оформления заказа без выбора товара и добавления в корзину. Для iOS и Android-смартфонов и планшетов специализированные агентства создают подобное за месяц-два, затрачивая 100-300 часов своих специалистов.

Приложение на одной платформе можно сделать быстрее и дешевле — в рамках месяца (150 часов).

Даже при отдельном написании код для каждой платформы не должен быть абсолютно уникальным. То есть, если программу сначала писать для одной платформы и потом адаптировать под другую, то это не увеличит стоимость разработки в два раза, но увеличит сроки разработки.

2. Приложения средней сложности.

Средние по сложности — это приложения, которые охватывают несколько процессов. К ним относятся большинство интернет-магазинов и систем бронирования. Экранов там около 10, есть личный кабинет, поддерживается авторизация через соцсети, есть интеграция с сервером или сайтом, часто и с платежными системами. Может быть встроен функциональность обратной связи, выставления оценок, выстраивания рейтингов. Для нескольких платформ они делаются за 3-6 месяцев (300-800 часов).

Приложения этой категории наиболее распространённые. По данным американского опроса (трехлетней давности, зато до сих пор входящего во многие мировые сводки по отрасли), стандартное приложение создается в среднем за 18 недель, то есть за 4 месяца.

3. Сложные приложения.

К этой категории относятся приложения, разработка которых занимает от 800 часов (6 месяцев). Они могут поддерживать синхронизацию

в режиме реального времени, всевозможный интерактив, интеграции с любыми базами, анимацию, работу со скачанным (с картами, например) в офлайне

Платформа для размещения.

Сегодня самыми популярными магазинами приложений являются App Store, и Play Market - Google Play.

Согласно отчету многих исследовательских компаний, Google Play имеет на 70% большее количество скачиваний, чем App Store. Одновременно App Store на 70% прибыльнее Google Play [<https://androidinsider.ru/analitika/google-play-vs-app-store-v-tsifrah.html>].

Согласно свежему отчету App Annie, в прошедшем квартале обращают на себя внимание развивающиеся рынки Бразилии, России и Индии. В Google Play Бразилия поднялась на два пункта, присоединившись к России в первой пятерке стран по числу загрузок.

В то же время, в таблице по App Store Россия поднялась на три строки (или на 6 позиций за последний год), составив компанию в списках лидеров по обоим магазинам лишь Соединенным Штатам (4-е место в Google Play и 5-е место в App Store).

Согласно отчету компании MyTarget, в России смартфонами на Android пользуется 64,52% населения. Продукты Apple предпочитают 24,44%.

StatCounter показывает, что устройствами Android и iOS в России пользуются - 61,9% и 33,08% населения соответственно [<https://blog.sbssoft.ru/post/android-ili-ios-kakuyu-platformu-vybrat-dlya-razrabotki-mobilnogo-prilozheniya>].

Если целевая аудитория довольно разнообразна и выделить самые популярные девайсы не представляется возможным, то нужно начать разработку с той платформы, которую использует самое активное ядро пользователей. В этом случае получится разработать готовое приложение, не выходя за рамки бюджета, протестировать его на активных пользователях, а затем разработать версии для других платформ с учетом полученных отзывов.

В случае, приложение будет платным, лучше выбирать iPhone или iPad, так как конверсия платных приложений на iOS выше, чем на Android. Если же приложение будет монетизироваться за счет рекламы, массовая аудитория Android в этом случае нам подходит больше, чем аудитория iOS.

Разрабатывая под Android, программисты учитывают специфику множества устройств и версий операционной системы. Фрагментация ОС Android повышает стоимость тестирования и оптимизации приложений.

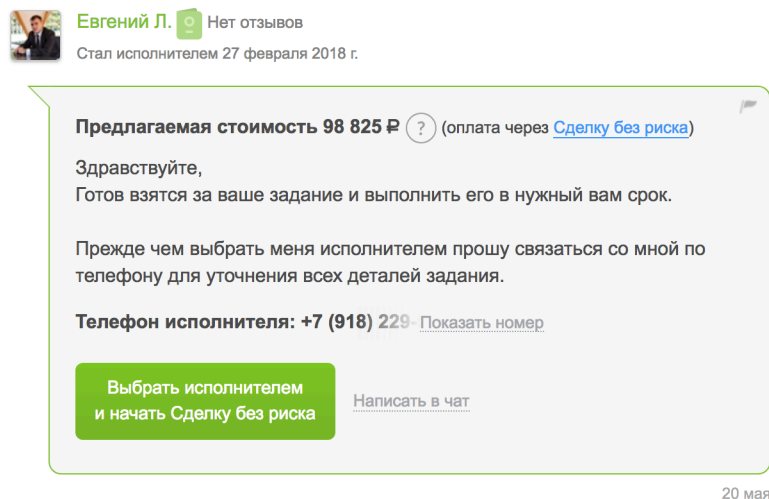
Для операционной системы iOS проектировать UI/UX легче из-за ограниченного количества устройств Apple и быстрого принятия обновлений пользователями. В тоже время количество доступных библиотек с открытым кодом для Android ускоряет работу над приложением и позволяет выпускать более сложные продукты.

Первоначально мы планируем разработку мобильного приложения на платформе Android, так как целевая аудитория различна, более того наше приложение будет бесплатным и планируется приносить доход от встроенной рекламы.

Стоимость разработки.

Для того, чтобы просчитать стоимость мобильного приложения мы выставили техническое задание на тендер среди разработчиков на площадке – yuodo.com

На наше предложение откликнулось 6 разработчиков, минимальная стоимость разработки начинается от 98 000 рублей, максимальная 200000.



(рис.1)

3.2. КАЛЕНДАРНОЕ И БЮДЖЕТНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

Для прогнозирования эффективности нашего проекта, необходимо было расписать календарный и бюджетный план разработки мобильного приложения.

Все данные описанные ниже, основываются на консультациях и рекомендациях специалистов.

Изучение теоретической базы, запуск и реклама проекта займут в среднем около 4 месяцев. На реализацию концепции нам потребуется 340 000 рублей.

Календарный план.

Разработка мобильного приложения			
	Типовые виды и группы операций	Отчетный период	Ответственный
	Подготовка технического задания		
1	Изучение видов мобильных приложений и обоснование выбора	10.10.2018 – 13.10.2018	Кравченко Е.И.

Разработка мобильного приложения			
2	Изучение платформ для разработки	14.10.2018	Кравченко Е.И.
3	Проведения опроса среди целевой аудитории и анализ данных	19.09.2018-25.09.2018	Кравченко Е.И.
4	Написание технического задания	17.10.2018	Кравченко Е.И.
5	Выставление технического задания на тендер среди разработчиков	18.10.2018	Кравченко Е.И.
6	Доработка технического задания	19.10.2018	Кравченко Е.И.
7	Оценка полученных результатов по стоимости разработки мобильного приложения	22.10.2018	Кравченко Е.И.
2. Разработка мобильного приложения			
1	Разработка	15.11.2018 – 30.12.2018	Кравченко Е.И.
2	Дизайн	15.11.2018 – 30.12.2018	Кравченко Е.И.
3	Тестирование мобильного приложения	01.01.2019 – 07.01.2019	Кравченко Е.И.
3. Маркетинг			

Разработка мобильного приложения			
1	Разработка рекламной кампании в социальных сетях	08.01.19 – 08.02.2019	Кравченко Е.И.
2	Разработка рекламной кампании в интернете	08.01.19 – 08.02.2019	Кравченко Е.И.
4. Работа со СМИ			
1	Написание и рассылка пресс-релизов	07.10.2018 – 07.01.2018	Кравченко Е.И.
5. Реклама			
1	Переговоры с представителями отделов рекламы и ССО	30.11.2018 – 10.12.2018	Кравченко Е.И.
2	Размещение стендов, баннеров в точках рекламы	08.12.2018 – 10.02.2019	Кравченко Е.И.
3	Контроль	В течение времени размещения	Кравченко Е.И.
6. Разработка рекламных материалов и макетов			
1	Поиск типографии, дизайнера для макетов, анализ	30.10.2018	Кравченко Е.И.
2	Изготовление рекламных материалов и макетов, согласование	02.11.2018 – 12.11.2018	Кравченко Е.И.
3	Прием, контроль	13.12.2018	Кравченко Е.И.

Разработка мобильного приложения			
7. Формирование команды			
1	Поиск контент-менеджера, программиста	15.12.2018 – 20.12.2018	Кравченко Е.И.
2	Принятие решения, обсуждение обязанностей	21.12.2018 – 23.12.2018	Кравченко Е.И.
8. Поддержание мобильного приложения после запуска			
1	Запуск	08.01.2019	Кравченко Е.И.
2	Обслуживание	08.01.2019 – и до конца	Кравченко Е.И.

Бюджетное планирование

	Error! виды и группы затрат	Ц ена, руб.	Ед. изм.	Кол- во	Стои- мость, руб
Основные расходы					
1. Разработка мобильного приложения					
1	Разработка мобильного приложения	200000			2000
2	Разработка дизайна	30000			300

	Error! виды и группы затрат	Ц ена, руб.	Ед. изм.	Кол- во	Стои мость, руб
3	Реклама в социальных сетях	15000	Таргетинговая реклама (Вконтакте, Instagram)		1500
4	Реклама в интернете	15000	Контекстная реклама (Google, Yandex)		1500
5	Реклама	Беспла тно?	Реклама в торговых центрах, отелях, аэропорту		
6	Error! Error! приложен ия				
2. Зарплата для работников					
1	20000	Error! контен те- менедж ера		1	2000
2	20000	Зарпла та програ ммиста		1	2000

	Error! виды и группы затрат	Ц ена, руб.	Ед. изм.	Кол- во	Стои- мость, руб
3	Изготовление макетов и баннеров	25000	Стоимость баннеров	5	2000
			Макеты для контекстной рекламы	4	5000
3. Размещение приложения					
1	Взнос	25 долларов		1	18
6. транспортные расходы					
1	ГСМ	5000	Транспорт	1	50
7. организационные расходы					
1	Мобильная связь	1000	Мобильная связь		10
Непредвиденные расходы - сумма риска 15% от бюджета (49920 рублей)					
Итого% 332800					

Все сроки в календарном и бюджетном планировании были запрошены у специалистов. Мы обращались к программистам, дизайнерам, SMM специалистам.

Монетизация проекта.

Как мы писали во второй главе, социальный бизнес это бизнес в прямом смысле этого слова. Он должен полностью окупать свои расходы, выполняя при этом свои социальные задачи.

На данный момент существует много способов монетизации мобильного приложения, однако мы выбрали шесть наиболее популярных.

- Бесплатное приложение с рекламой □ Это один из наиболее распространенных способов получать доход со своей программы. Никаких ограничений по скачиванию нет. Цель разработчика – набрать как можно больше пользователей. Данные об их поведении затем анализируются и предоставляются рекламодателям, готовым платить за размещение рекламы.

Мобильное приложение Facebook – идеальный пример использования такой модели. Пользователи не платят социальной сети ничего, но Facebook собирает о своих пользователях огромные массивы данных, запуская затем показ таргетированной рекламы.

- Freemium □ Как правило, Freemium-приложение имеет набор базовых и дополнительных функций, которые пользователь может приобрести уже за деньги. Предпосылка модели – привлечение людей в приложение с предоставлением набора базовых функций. С течением времени некоторым пользователям хочется большего, и они начинают покупать дополнительные функции. Здесь главное – набрать большое количество пользователей и заинтересовать их своим приложением надолго.

- Платные приложения □ Еще одна очень распространенная бизнес-модель, которая предполагает оплату для получения доступа к приложению. Стоимость может быть очень разной – от \$0,99 до \$999.99, а

разработчик получает деньги с каждого нового пользователя. Ключом к успеху является способность разработчика представить возможности приложения в выгодном свете, так, чтобы заинтересовать покупателя в самом начале. В каталоге, как правило, указываются «киллер-фичи» программы, это в буквальном смысле слова предложение, от которого невозможно отказаться.

- **Внутриигровые покупки**
Приложения, монетизируемые по такой схеме, продают товары – виртуальные или реальные. Это может быть одежда, аксессуары – реальные вещи, которые нужны пользователям. Но это могут быть и виртуальные товары, например персонажи, одежда для них, игровая валюта.

- **Подписка** □ Еще одна привычная бизнес-модель, которая имеет много общего с Freemium. Но здесь речь, как правило, идет о получении пользователем доступа к контенту, а не к возможностям программы. Обычно подписка (paywall в некоторых случаях) предполагает получение некоторого объема контента бесплатно. Если пользователь желает получить больше, нужно платить – обычно предусматривается оплата полного доступа на определенное время.

- **Спонсорство** □ Среди всех представленных бизнес-моделей этот способ монетизации приложения является самым новым. Суть его в том, что рекламодатель вознаграждает пользователя за выполнение определенных действий внутри приложения. Здесь бренды и агентства являются инструментом монетизации. Разработчик программы получает определенный процент вознаграждения, предоставляемого пользователю.

В прошлом году компания Developer economics опубликовала инфографику с характеристиками каждой модели монетизации. Как оказалось, наиболее используемой бизнес-моделью является демонстрация рекламы в приложении, а самый прибыльный способ монетизации – подписка [<https://habr.com/company/appodeal/blog/294682/>].

Сейчас экосистема приложений становится все более сложной и разнообразной, так что можно ожидать появления новых способов монетизации, часть из которых будут представлять собой определенную комбинацию перечисленных выше бизнес-моделей.

Из описанных выше мобильных приложений, на первоначальном этапе нам подходит встроенная реклама, в дальнейшем при удачном запуске проекта, мы можем использовать спонсорство и встроенные покупки.

Можно будет разработать фирменные призы с нашим героем – соболем. При активном участии в жизни приложения пользователю будут начисляться баллы, которые можно будет обменять на подарки.

Также в мобильном приложении можно устраивать конкурсы, связанные с улучшением жизни города. За лучшие идеи будут вручаться в сертификаты на поход в ресторан, например. Разумеется, по договоренности с владельцами, которых можно рекламировать в приложении.

Это повысит уровень интереса к мобильному приложению, а значит и рекламодателей.

Гранты в России и Тюменской области.

Как мы уже упоминали ранее, проект – социальный.

Мы изучили гранты, которые подойдут для реализации нашей концепции мобильного приложения в туристической сфере для того чтобы, выбрать подходящий.

- Всероссийский конкурс «Импульс добра»

Организатор: Фонд «Наше будущее».

Организаторы награждают участников конкурса за вклад в развитие и продвижение социального предпринимательства. Общий призовой фонд премии составляет не менее 1,6 млн рублей. Возможно участие в следующих номинациях:

- «За лидерство в продвижении социального предпринимательства»;

- «За личный вклад в развитие социального предпринимательства»;

- «За лучший молодежный проект в сфере социального предпринимательства»

- Всероссийский конкурс проектов «Социальный предприниматель»

Организатор: Фонд «Наше будущее».

Для малого бизнеса, решающего проблемы в социальной сфере, которому нужны средства для запуска или развития проекта. Предоставляется беспроцентный заем до 10 млн рублей.

Проект должен содержать

- определенную степень новизны в подходе к решению социальных проблем или инновационную составляющую, подтвержденную патентом;

- иметь потенциал к тиражированию в других регионах РФ;
- быть направлен на создание финансово устойчивой бизнес-модели.

- Премия в области гражданской активности «Я – гражданин!»

Организатор: Общественная палата РФ.

Подать заявки на участие в номинации «Социальное предпринимательство» могут лидеры НКО, руководители социальных проектов, публичные активисты, социально активные граждане. Организаторы будут оценивать результаты и перспективы развития реальных гражданских практик – их социальную значимость и масштабируемость. Призовой фонд премии 200 тысяч рублей.

- Конкурс социальных стартапов SAP UP

Организатор: SAP СНГ.

Принять участие в конкурсе может социальное предприятие, ведущее свою деятельность по следующим направлениям:

- Экология;
- Мультикультура;
- Развитие территорий;
- Обеспечение равных возможностей;
- Культура;
- Образование,
- Медицина и здравоохранение;
- Здоровый образ жизни / Спорт;
- Новые технологии.

Обладатели трех призовых мест выиграют сертификат на поездку в Social Impact Lab в Берлине. Проект, выигравший Гран-при, получит грант 450 тыс. руб.

- Конкурс «Прямые инвестиции в социальное предпринимательство»

Организатор: Фонд «Наше будущее».

Фонд приобретает акции или долю в уставном капитале компании-победителя конкурса на сумму до 50 млн рублей. Условия возврата инвестированных средств и выхода из проекта обсуждаются индивидуально с собственником проекта.

Участниками конкурса могут быть юридические лица – коммерческие организации, относящиеся к субъектам малого и среднего предпринимательства. Доходность проекта должна быть не менее 10% годовых на вложенный капитал.

- Премия Правительства Российской Федерации в области туризма
 - за лучший проект по развитию внутреннего и въездного туризма
 - за лучший проект по развитию социального туризма
 - за лучший инвестиционный проект по развитию объектов туристской индустрии
 - за лучший инновационный проект в области туризма

за лучший проект по развитию гостиничной индустрии
за лучший проект в области профессионального образования в сфере туризма

за лучшую научную разработку (исследование) в сфере туризма
за лучший проект по продвижению туристских продуктов Российской Федерации, направленных на популяризацию внутреннего и международного туризма (пропаганда туристских ресурсов региона, путеводитель, интернет-сайт и другое)

Максимальный размер гранта 1 000 000

- Конкурс президентских грантов 2018

Отбор проектов происходит 2 раза в год

Фонд является единым оператором грантов Президента РФ на развитие гражданского общества с 2017 года. Размер грантов определяется индивидуально.

- «МОЯ ИДЕЯ»

Проект для активных и инициативных молодежных сообществ юга Тюменской области

Областной конкурс для социальных проектов, в рамках которого сообщества могут получить информационную поддержку, материально-техническое обеспечение и организационную поддержку.

Мы изучили и перечислили все конкурсы, на которые мы будем подавать заявку на участие.

Заключение

Целью нашего исследования было создание концепции городского мобильного приложения.

В теоретической части работы нами проанализированы тенденции рынка, и сделан вывод, что мобильные приложения – это перспективная ниша для развития, рынок мобильных приложений демонстрирует постоянный рост, который не собирается останавливаться. Это значит, что доказана жизнеспособность мобильных приложений и их перспективность в современной конкурентной среде.

Исходя из данных в первой главе, мы сделали вывод, что в 2018 году цифровой рынок продолжит набирать обороты, и несмотря на беспрецедентные темпы роста этого года, мы видим, что доступ к возможностям, которые предлагает глобальная сеть, распределен неравномерно. Это создает хороший задел для развития и говорит о том, что цифровой рынок точно еще не достиг потолка.

Во второй главе мы изучили влияние информационных технологий на туристическую сферу. Проанализировав, различные аспекты мобильных приложений как новый формат развития туристической сферы, можно сделать следующий вывод: мобильные приложения на сегодняшний день, безусловно, очень перспективный вариант развития рынка внутреннего туризма и привлечения инвестиций.

Развитие внутреннего туризма сдерживается недостатком информационных ресурсов, раскрывающих туристско-рекреационные возможности страны.

Российским регионам, чтобы преуспеть на рынке туристских услуг и удержать позиции в будущем, необходимо активно использовать мобильные технологии. Усиление конкуренции на российском рынке онлайн-трэвел, а также экономическая и политическая неопределенность, которая в настоящее время ослабила традиционно высокий спрос на

туристические продукты, также говорит о необходимости пересмотреть существующую модель бизнеса.

Исходя из политики государства в области внутреннего туризма и статистических данных, мы можем сделать вывод, что данная отрасль перспективна для развития на рынке.

В современной России развитие социального туризма возможно в основном через государственное регулирование.

В третьей главе нами была создана концепция городского мобильного приложения, изучены принципы его проектирования, а также, выявлены отличия платформ - на основании этих данных мы разработали концепцию мобильного приложения.

Для проекта было подготовлено календарное и бюджетное планирование, техническое задание на разработку, описаны способы монетизации проекта, а также создан его дизайн.

Перед тем, как приступить к проектированию приложения, мы провели опрос среди 95 респондентов, в результате которого подтвердили свою гипотезу, городское мобильное приложения необходимый проект для Тюмени.

Необходимо создать мобильное приложение по городу, в котором будет содержаться актуальная информация в первую очередь о туристических объектах города, режиме их работы, способах добраться до них, а также мероприятиях, проходящих в городе.

Также в нашем мобильном приложении будет главный герой – соболь.

На наш взгляд, внедрение символа города в мобильное приложение будет способствовать привлечению аудитории и ее удержанию при пользовании.

Мобильное приложение будет бесплатным. Монетизация проекта будет происходить за счет встроенной внутренней рекламы. Для привлечения аудитории планируется проведение конкурсов (квестов) с

выдачей призов. Также в дальнейшем при перспективном запуске проекта, планируется создание фирменных сувениров, которые будут выдаваться за накопленные баллы в системе за активное участие.

Результаты исследований и создание концепции городского мобильного приложения-, явлений и процессов, приведенных в работе, представляют практический интерес при проектировании новых и модернизации известных устройств и механизмов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Аудитория рунета выросла на 4 % [Электронный ресурс]: Mediascope.ru URL: <http://mediascope.net/press/news/812866/>. (23.03.2018)
2. Аудитория в России выросла за счет старшего поколения [Электронный ресурс]: Rbc.ru URL: <https://www.rbc.ru/society/17/02/2018/5a5e8e149a79476a7c4133a1>. (17.02.2018)
3. Борисов Е.А. Трехмерная визуализация туристических объектов и маршрутов как элемент информационного обеспечения деятельности турагентств // Горный информационно-аналитический бюллетень (научно-технический журнал). 2013. № 12. С. 302-305. (22.01.2018)
4. Биржаков, М.Б. Введение в туризм, СПб.2000. (13.02.2018)
5. Виды мобильных приложений [Электронный ресурс]: Unlimsoft.ru URL: <http://unlimsoft.com/native/>. (10.03.2018)
6. Виды мобильных приложений. Нативные, веб-приложения и гибридные [Электронный ресурс]: Unlimsoft.ru URL: <http://unlimsoft.com/native>. (16.09.2017)
7. Вишневская Е. В., Климова Т. Б. Перспективы развития виртуального информационного пространства в туристской индустрии // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2017. Т.3, № 1. С. 22-33. (30.11.2018)
8. Вишневская Е.В. Климова Т.Б. Ковтун Ю.В. Мобильные технологии как инструмент продвижения регионов России в глобальном туристском пространстве // Фундаментальные исследования. 2016. № 5. С. 88-93. (15.10.2017)
9. Вишневская Е.В. Климова Т.Б. Богомазова И.В. Роль внедрения мультимедийного и интерактивного контента для повышения туристской привлекательности территории // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 1. С. 23-30. (04.11.2017)

10. Вишневецкая Е.В., Климова Т.Б., Богомазова И.В. Роль современных мобильных приложений в развитии регионального туризма [Электронный ресурс] // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 6. URL: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=15957>. (23.03.2018)
11. Волошин, Н.И. Туризм как объект управления : учебник / Н.И. Волошин. –М.: Финансы и статистика, 2002. (24.03.2018)
12. Глазычев В.Л. Язык и метод социального проектирования // Социальное проектирование в сфере культуры: методологические проблемы. М., 1968. С. 117. (17.10.2017)
13. Джанджугазова Е.А. Продвижение туристических продуктов и территории в глобальном информационном пространстве [Электронный ресурс]: Futurepres.ru URL: http://futurepres.ru/new_economics/knowledge_economics/prodvizheniyu-turistskix-produktov-i-territorij-v-globalnom-informacionnom-prostranstve.html . (22.04.2018)
14. Домнин В.Н., Брендинг: Новые территории в России. СПб. 2002. 29 с.
15. Ерошенко М.Н. Особенности классификации и конструирования приложений для мобильных устройств [Электронный ресурс]: Rusnauka.ru URL: http://www.rusnauka.com/11_NND_2015/Informatica/3_190824.doc.htm /. (23.04.2018)
16. Зернова С.В. Механизм реализации государственной поддержки форм предпринимательства в туризме Ленинградской области: автореф. дис. канд. экон. наук. – СПб., 2010 - 18 с. (23.04.2018)
17. Зорин И.В., Квартальный В.А., Ирисова Т.А., Менеджмент туризма: Туризм и отраслевые системы. М. 2002. 272 с. (15.02.2018)

18. Интернет-доступ. Мировой рынок [Электронный ресурс]: Tadviser.ru URL: [http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Интернет-доступ_\(Мировой_рынок\)](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Интернет-доступ_(Мировой_рынок)) . (01.05.2018)
19. Конституция Российской Федерации: К 15-летию принятия Основного закона: Текст. Комментарии. М.: Статут, 2009. 239 с. (24.04.2018)
20. Майорова Е.С., В. А. Ошурков, Л. С. Цуприк Современное состояние средств разработки мобильных приложения на платформах iOS, Android и Windows Phone // Международный электронный научный журнал ISSN 2307-2334. 2015. (22.01.2018)
21. Мобильные приложения [Электронный ресурс]: Ratingruneta.ru URL: <http://www.ratingruneta.ru/abc-moblile/mobile-apps-native-vs-html5-vs-hybrid/>. (10.12.2017)
22. Мобильные приложения: нативные vs html5 vs гибридные [Электронный ресурс]: URL: [ratingrunetaabc-moblilemobile-apps-native-vs-html5-vs-hybrid](http://ratingruneta.ru/abc-moblile/mobile-apps-native-vs-html5-vs-hybrid/). (22.10.2017)
23. Мутко, В. Л. Лучше вы к нам [Электронный ресурс] URL: <http://www.rg.ru/2010/03/19/mutko.html>. (22.04.2018)
24. Нгуен Ба Хю, Нгуен Динь Чыонг, Нгуен Нгок Хуи, Лай Тхи Линь, Нгуен Чонг Лам, Буй Минь Дык Виды мобильных приложений // Синергия наук. 2017. № 7. С. 246 – 253. (15.10.2017)
25. Оборот рынка мобильных приложений [Электронный ресурс]: Retailroyalti.ru URL: <http://www.retail-loyalty.org/news/oborot-rynka-mobylnikh-prilozheniy-dostignet-k-2022-godu-6-3-trln-dollarov-ssha/>. (07.12.2017)
26. Пак О.А., Муромцев А.О. Проблемы классификации мобильных приложений // Актуальные проблемы экономической теории и практики: сб. науч. ст. выпуск 20 Краснодар: типография ООО «ЭДАРТ-принт» 2016 С. 140-146. (08.09.2017)

27. Приказ Ростуризма от 6 мая 2008 года № 51 «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2015 года». // Система КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru>. (17.04.2018)
28. Показатели внутреннего туризма в России догнали выездной, заявили в АТОР [Электронный ресурс]: URL: <https://ria.ru/tourism/20171003/1506100274.html>. (03.03.2018)
29. Прогнозы развития мобильных приложений в 2018 году [Электронный ресурс]: Appannie.ru URL: <https://www.appannie.com/ru/insights/market-data/predictions-app-economy-2018/>. (17.11.2017)
30. Развитие мобильного доступа в интернет в России и мире: предварительные итоги 2016 [Электронный ресурс]: Json.ru URL: http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/razvitie-mobilnogo-dostupa-v-internet-v-rossii-i-mire-predvaritelnye-itogi-2014-goda-20150317043818. (15.11.2017)
31. Разработка мобильных приложений: с чего начать [Электронный ресурс]: Habrahabr.ru URL: <http://habrahabr.ru/company/mailru/blog/179113/>. (16.09.2017)
32. Распоряжение Правительства РФ от 19 июля 2010 года №123-р «О концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и выездного туризма в Российской Федерации (2011-2016 годы)». (29.04.2018)
33. Рынок мобильных приложений в 2018 году [Электронный ресурс]: Itbrick.ru URL: <https://www.itbrick.ru/blog.htm?post=chego-zhdat%20-ot-ryinka-mobilnyih-prilozheniy-v-2018-godu> . (11.03.2018)
34. Сокололова В.В. Разработка мобильных приложений: учеб. пособие. М.: Томского политехнического университета, 2011, 175 с. (01.04.2018)

35. Социальные сети в 2018 году [Электронный ресурс]: Webcanape.ru URL: <https://www.web-canape.ru/business/socialnye-seti-v-2018-godu-globalnoe-issledovanie/> /. (15.04.2018)
36. Социальные сети в России, весна 2017. Цифры, тренды, прогнозы [Электронный ресурс]: Branalytics.ru URL: branalytics.ru/blog/socialnye-seti-v-rossii-vesna-2017-cifry-trendy-prognozy. (17.03.2018)
37. Тобольск [Электронный ресурс]: Wikipeddia.ru URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Тобольск> . (13.04.2018)
38. Тюменская область. Информация о регионе [Электронный ресурс]: Russiatourism.ru URL: <https://www.russiatourism.ru/regions/?fedokr=107&freg=237>. (25.04.2018)
39. Федеральный закон от 24 ноября 1996 года № 132 (ред. от 30.07.2010) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». // Система КонсультантПлюс. <http://www.consultant.ru> . (05.04.2018)
40. Фехтел Е.В. Социальный проект: Цели и возможности в сфере туризма // Сервис в России и за рубежом. М. 2011. (04.04.2018)
41. Цыганков Д.А. Методы анализа и планирования развития внутреннего туризма в регионе: на муниципальном уровне: автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 2013. 18 с. (17.04.2018)
42. Чудновский А.Л., Жукова М.А., Сенин В.С. Управление индустрией туризма. М. 2004 (22.11.2017)
43. Что такое мобильное приложение? [Электронный ресурс]: Какprosto.ru URL: <http://www.kakprosto.ru/kak-892463-chto-takoe-mobilnoe-prolozhenie/>. (15.09.2017)
44. Шевченко Р.В. Визуализация туристической информации в картографической среде геоинформационных // Геодезия и картография. 2013. № 8. С. 22-33. (18.03.2018)
45. Android или IOS как выбрать платформу для разработки мобильного приложения [Электронный ресурс]: Blog.sbssoft.ru URL

- <https://blog.sbssoft.ru/post/android-ili-ios-kakuyu-platformu-vybrat-dlya-razrabotki-mobilnogo-prilozheniya> . (18.02.2018)
46. HTML5, нативные или гибридные приложения [Электронный ресурс]: Appsforall.ru URL: [apps4allpost12-16-13-html5-nativnye-ili-gibridnye-prilozheniya](https://appsforall.ru/12-16-13-html5-nativnye-ili-gibridnye-prilozheniya). (17.11.2017)
47. Mail Group исследование «Игровой рынок в России» [Электронный ресурс]: URL: corpmailmediafilesigrovojrynok-v-rossiimail-group2014pdf. (10.12.2017)
48. Mobile и туризм [Электронный ресурс]: Innispace.ru URL: innospace.ru/mobile-i-turizm (31.01.2018)
49. Mobile: Native Apps, Web Apps, and Hybrid Apps [Электронный ресурс]: NNgroup.ru URL: <https://www.nngroup.com/articles/mobile-native-apps/>. (22.02.2018)
50. Professor John F. Clark History of Mobile Applications MAS 490: Theory and Practice of Mobile Applications [Электронный ресурс]: Uky.edu URL: <http://www.uky.edu/~jclark/mas490apps/History%20of%20Mobile%20Apps.pdf> . (23.06.2017)

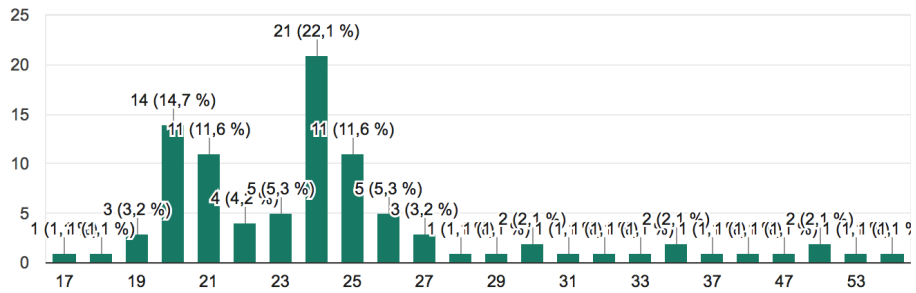
ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1 - Опрос

Укажите Ваш возраст



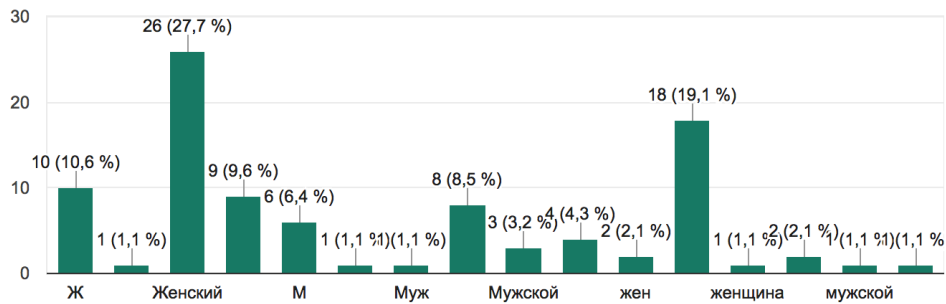
95 ответов



Укажите ваш пол

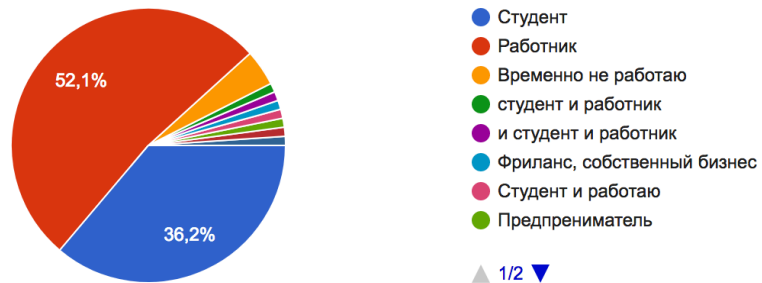


94 ответа



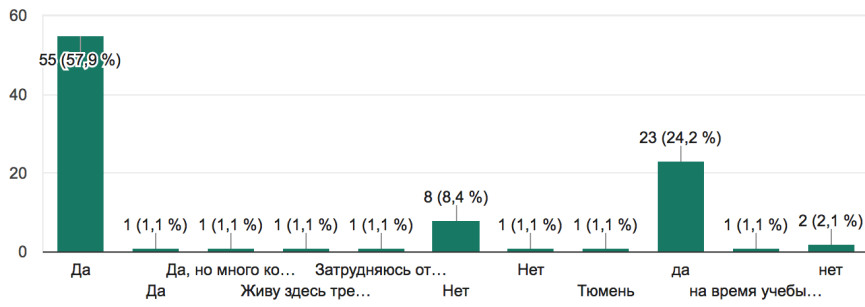
Укажите ваш социальный статус

94 ответа



Вы постоянно проживаете в городе Тюмень?

95 ответов



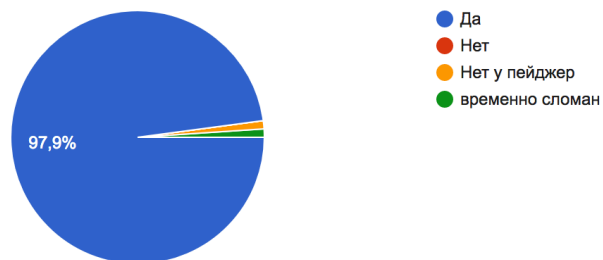
Как вы считаете, чем Тюмень отличается от других городов России?

89 ответов



У вас есть смартфон?

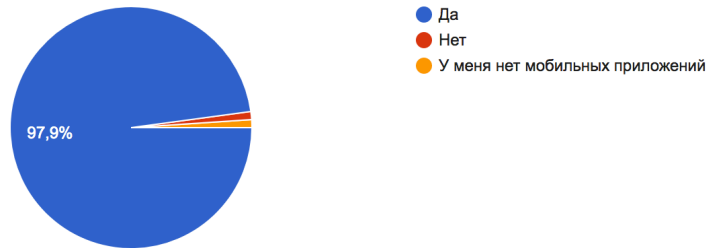
95 ответов



Вы пользуетесь мобильными приложениями?



94 ответа



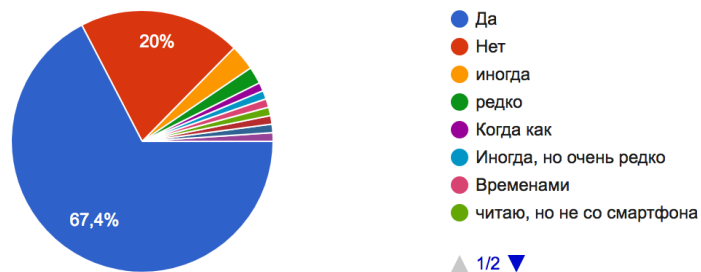
На какие особенности интерфейса вы обращаете внимание при использовании? (навигация, дизайн и т.д.)

90 ответов

Навигация (4)
дизайн (4)
Дизайн (4)
навигация (3)
Дизайн (3)
Навигация (3)
навигация, дизайн (2)
Удобность (2)
Дизайн и скорость работы
Удобство для пользователя, дизайн, быстродействие
Чтобы приложение было максимально понятным
Навигация, дизайн, бесперебойная работа, зависает или нет

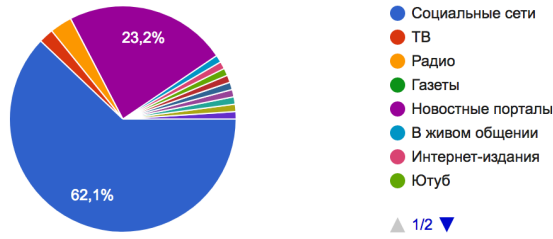
Читаете ли вы новости о жизни города Тюмени?

95 ответов



Какие источники получения информации вы предпочитаете?

95 ответов



Какие мобильные приложения о Тюмени вы знаете?

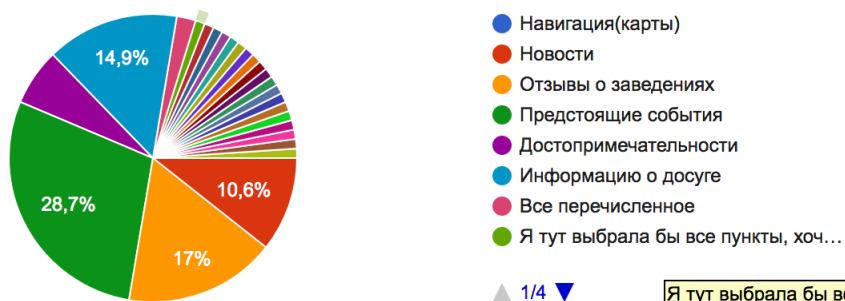
87 ответов

Никаких (4)
Никаких (3)
- (3)
Транспорт 72 (3)
Транспорт (2)
Не знаю (2)
Никакие (2)
не знаю (2)
Тюмень транспорт (2)
72.ru (2)
дубльгис (2)
никакие (2)

Чтобы бы вы хотели видеть в мобильном приложении о городе?



94 ответа



Я тут выбрала бы все пункты, хоч...
момента

Наименование услуг: разработка мобильного приложения «Открой Тюмень» на ОС 4.3.

8года до 31 декабря 2018 года

Место оказания услуг: Тюменская область, г. Тюмень.

Содержание услуг:

Исполнитель осуществляет разработку мобильного приложения «Открой Тюмень» - предназначено для жителей и туристов, приезжающих в г. Тюмень и Тюменскую область. В приложении есть возможность выбрать маршруты по достопримечательностям или построить маршрут самому, посмотреть туристические туры, почитать отзывы о заведениях, просмотреть ближайшие события и выбрать как отдохнуть семьей на выходных, разработку сервера для мобильного приложения, интеграцию с серверами новостных сайтов

Исполнитель осуществляет оказание услуг в следующем порядке:

1. Разработка дизайна приложения «Открой Тюмень» для мобильного приложения на платформе Android:

Требования к UX/UI дизайну:

1.1. Карта экранов;

1.2. Детальное описание каждого из этих экранов в формате:

- назначение экрана;
- список элементов интерфейса и его назначение;
- рекомендации по механикам элементов интерфейса — описание как пользователь видит работу того или иного переключателя, кнопки, или списка;
- пожелания по композиции — приоритетность элементов для пользователя.

Примеры реализации. Мокапы.

Дизайн приложения должен быть адаптирован для корректного отображения при следующих разрешениях экрана:

- 320x480, смартфон, портретная ориентация;
- 320x240, смартфон, портретная ориентация;
- 1280x800, планшет, ландшафтная ориентация;
- 480x800, смартфон, портретная ориентация;
- 540x960, смартфон, портретная ориентация;
- 720x1280, смартфон, портретная ориентация;
- 960x600, планшет, ландшафтная ориентация;
- 360x640, смартфон, портретная ориентация;
- 1024x600, планшет, ландшафтная ориентация;
- 1920x1080, смартфон, портретная ориентация;

1920x1200, планшет, ландшафтная ориентация;
 2650x1600, планшет, ландшафтная ориентация;
 Оптимизация графики под ldpi, mdpi, hdpi, xhdpi, xxhdpi экраны.
 Дизайн приложения должен соответствовать гайдлайну Apple и Google.
 Требуется интегрировать нарисованный дизайн из PSD шаблонов в приложение «Visit Tyumen» для платформ IOS и Android.

2. Верстка приложения «Открой Тюмень» для мобильного приложения на платформе Android:

2.1. Верстка приложения:

2.1.1. Начальный экран при первом запуске

2.1.2. Начальный экран при последующих запусках

2.1.3. Меню

2.1.4. Дополненная реальность

2.1.5. События

2.1.6. Маршруты

2.1.7. Туры

2.1.8. Экран авторизации

2.1.9. Экран настроек

2.1.10. Достопримечательности

2.2. Разработка навигационной схемы каждой части мобильного приложения.

2.3. Подготовка описания экранов.

Описание включает в себя следующие параметры: назначение, содержание экрана, логика функционирования.

3. Адаптация под основные разрешения Android и версии операционной системы 4.0-6.0

3.1. Требования к поддерживаемым устройствам и операционные системы:

Поддерживаемые устройства:

- телефоны;
- поддержка планшетной версии с помощью автоматической адаптации телефонной версии до размеров планшета.

Поддерживаемые операционные системы:

- Android 4.3 и выше

3.2. Требования к работе сервера.

3.2.1. Разработка сервера:

Требуется разработать сервер для мобильного приложения.

Работа мобильных приложений с сервером должна происходить посредством API основанного на REST архитектуре.

Для сохранения независимости и масштабирования API должно использоваться версионирование в контексте данных URL (выражается в части запроса “/v1/”).

Метод	URL	Описание	Комментарий
-------	-----	----------	-------------

GET	/api/v1/login	Получение списка пользователей	Возможна фильтрация по параметрам
GET	/api/v1/login:id	Получение пользователя	
POST	/api/v1/login	Регистрация нового пользователя	
GET	/api/v1/routes	Получить список маршрутов	Возможна фильтрация по параметрам
GET	/api/v1/routes:id	Получение маршрута	
POST	/api/v1/routes	Создание нового маршрута	
GET	/api/v1/tours	Получить список туров	Возможна фильтрация по параметрам
GET	/api/v1/tours:id	Получить тур	
POST	/api/v1/tours/:id/reviews	Создать новый тур	
GET	/api/v1/events	Получить список событий	Возможна фильтрация по параметрам
GET	/api/v1/events:id	Получить событие	
POST	/api/v1/events	Создание события	
GET	/api/v1/cities	Получить список городов	Возможна фильтрация по параметрам
GET	/api/v1/places	Получить список мест	Возможна фильтрация по параметрам
GET	/api/v1/places/sections	Получить место	
POST	/api/v1/places/:id	Создание места	
GET	/api/v1/directions	Получить	

		направления	
--	--	-------------	--

3.2.2 Интеграция с сервером сайта.

Интеграция сервера мобильного приложения с сервером сайта должна осуществляться следующими запросами:

Сущности	
Города	cities
Направления	directions
События	events
Объекты	objects
Операторы	operators
Маршруты	path
Туры	tours

Доступные форматы URL

[https://site.ru/api/v1/<segment>/](https://site.ru/api/v1/<segment>)

<https://site.ru/api/v1/<segment>/sections/>

[https://site.ru/api/v1/<segment>/<ID>/](https://site.ru/api/v1/<segment>/<ID>)

Где <segment> - сущность,

<ID> - id сущности

Описание форматов URL:

1. Список
2. Разделы(рубрики)
3. Детальная

Пагинация

https://site.ru/api/v1/<segment>/?PAGEN_1=1

https://site.ru/api/v1/<segment>/?PAGEN_1=2

Показать все записи

https://site.ru/api/v1/<segment>/?SHOWALL_1=1

3.2.3. Алгоритмы работы приложения.

Алгоритм построение маршрута:

Пользователь выбирает наиболее предпочтительные места, которые он хотел бы посетить в городе. Механика: приложение связывается с сервером, берет необходимые данные и выстраивает маршрут для пользователя.

Алгоритм подборка тура:

Пользователь выбирает наиболее предпочтительные места, которые он хотел бы посетить в городе. Механика: приложение связывается с сервером, берет необходимые данные и предоставляет пользователю наиболее подходящие туры.

Алгоритм подбора событий:

Пользователь выбирает наиболее предпочтительные места, которые он хотел бы посетить в городе. Механика: приложение связывается с сервером, берет необходимые данные и предоставляет пользователю наиболее подходящие события.

3.2.3. Административная панель.

Выполнение основных операций над материалами и пользователями в приложении.

Основные операции над справочниками:

- Добавление
- Просмотр/Редактирование
- Удаление

Все последующие справочники должны иметь возможность выполнять базовый набор операций:

1. Пользователи

Справочник имеет следующие поля:

- Идентификатор (id);
- Псевдоним (name);
- E-mail (email);
- Телефон (phone);
- Пароль (password - не менее 8 символов);

2. Достопримечательности

Справочник имеет следующие поля;

- Идентификатор (id);
- Адрес
- Часы работы (если имеются)
- Сайт (если имеется)
- Email адрес (если имеется)
- Ссылка на социальные сети (если имеется)
- Отзывы

3. Маршруты

Справочник имеет следующие поля:

- Идентификатор (id);
- Адрес
- Часы работы (если имеются)
- Сайт (если имеется)
- Email адрес (если имеется)
- Ссылка на социальные сети (если имеется)
- Отзывы

4. Туры

Справочник имеет следующие поля:

- Идентификатор (id);
- Адрес
- Часы работы (если имеются)
- Сайт (если имеется)
- Email адрес (если имеется)
- Ссылка на социальные сети (если имеется)
- Отзывы

5. События

Справочник имеет следующие поля:

- Идентификатор (id);
- Адрес
- Часы работы (если имеются)
- Сайт (если имеется)
- Email адрес (если имеется)
- Ссылка на социальные сети (если имеется)
- Отзывы

6. AR объекты/ объекты дополненной реальности

Справочник имеет следующие поля:

- Идентификатор (id);
- Место
- Координаты
- Объект виртуальной реальности
- Метка

4. Реализация заявленного функционала

4.1.2. *Начальный экран при последующих запусках:* с помощью переключателя типа туристических объектов турист выбирает из 4 вариантов: Маршруты, События, Достопримечательности, Туры. В правой части панели приложения расположена кнопка «Поделиться приложением с друзьями», позволяющая опубликовать пост с информацией о приложении через социальные сети.

4.1.3. *Меню:* меню состоит из 2 групп.

1 группа: данные о пользователе.

2 группа: блок включает в себя 5 разделов: Достопримечательность, События, Маршруты, Туры, Дополненная реальность.

4.1.4. *Дополненная реальность:* Подборка объектов с дополненной реальностью отображается в виде списка или в виде меток на карте. С помощью кнопок в верхней части экрана осуществляется переключение между типами туристической подборки. В верхней части экрана отображается прогресс посещения туристом объектов с дополненной реальностью. Кнопка «Камера» в нижней панели - переход в режим просмотра дополненной реальности. По нажатию на объект в списке или на карте – переход на экран с детальной информацией.

4.1.5. *События:* Подборка событий должна отображаться в виде списка или в виде меток на карте. С помощью кнопок в верхней части экрана осуществляется переключение между типом событий. По тапу на объект в списке или на карте – переход на экран с детальной информацией. Объекты с дополненной реальностью подсвечены маркером «AR». У каждого события присутствует подсказка «когда состоится» (завтра, через X дней и т.д.).

4.1.6. *Маршруты:* Подборка маршрутов должна отображаться в виде списка или в виде меток на карте. С помощью кнопок в верхней части экрана

осуществляется переключение между способом передвижения. По нажатию на объект в списке или на карте – переход на экран с детальной информацией. Объекты с дополненной реальностью подсвечены маркером «AR». У каждого маршрута присутствует подсказка «протяженность маршрута». Созданные туристом маршруты доступны в отдельной вкладке «Мои маршруты»

4.1.7. Туры: Подборка туров должна отображаться в виде списка или в виде меток на карте. С помощью кнопок в верхней части экрана осуществляется переключение между городами. По нажатию на объект в списке или на карте – переход на экран с детальной информацией. Объекты с дополненной реальностью подсвечены маркером «AR». У каждого тура присутствует подсказка «продолжительность тура».

4.1.8. Экран авторизации: Позволяет пользователю авторизоваться в приложении с помощью популярных соц. сетей. Дополнительно доступна регистрация и вход с помощью электронной почты. Авторизованный пользователь получает доступ к добавлению отзывов, сохранению своих маршрутов, хранению статистики найденных меток дополненной реальности.

4.1.9. Экран настроек: Позволяет пользователю изменить свои предпочтения для формирования персональной подборки, позволяет туристу изменить предпочитаемый язык в приложении.

4.1.10. Достопримечательности: Подборка достопримечательностей должна отображаться в виде списка или в виде меток на карте. С помощью кнопок в верхней части экрана осуществляется переключение между городами. По нажатию на объект в списке или на карте – переход на экран с детальной информацией. При отметке нескольких достопримечательностей с помощью чек-бокса, появляется кнопка сохранения своего маршрута (в маршрут будут включены только отмеченные объекты). Объекты с дополненной реальностью подсвечены маркером «AR».

5. Проведение тестирования приложения и регистрация в системе.

5.1. Организация и проведение функционального тестирования приложения.

Формирование тестовых случаев (test cases), проверка позитивных/негативных сценариев:

Работа приложения во время запуска/выхода на предмет удовлетворения основным требованиям, возможность приложения скачивать дополнительный контент (если таковой предусмотрен), корректность работы основных функций приложения, функция авторизации в приложении, функция перехода в фоновый режим во время входящего звонка, функционирование работы приложения с социальными сетями, адаптивность сценариев прокрутки страницы, навигация между модулями приложения, наличие сообщений об ошибках, совместимость установленного приложения с другими приложениями на смартфоне, совпадение экранов с макетами, состояния элементов: кнопки могут менять цвет, если нажаты/списки сворачиваются и разворачиваются.

5.2. Организация и проведение тестирования производительности.

Определение функционирования приложения при определенных требованиях производительности: одновременный доступ большого числа пользователей (количество пользователей, которые могут одновременно работать с приложением; как ведет себя приложение при увеличении интенсивности выполнения каких-либо операций; работоспособность приложения при многочасовом использовании на средней нагрузке; поведение приложения в стресс-условиях; работа в условиях «разросшейся» базы данных); быстрота выполнения запросов (работа приложения в разных условиях загрузки сети; обеспечение оптимальной производительности существующей клиент-серверной конфигурации; выявление «болевых» точек приложения и инфраструктуры, снижающие производительность приложения; способность продукта и/или аппаратного обеспечения справляться с планируемыми объемами нагрузки; работа приложения в случаях перехода из Wi-Fi-сети в мобильную 2G/3G-сеть и наоборот; время, в течение которого аккумулятор может поддерживать работу приложения в условиях планируемых объемов нагрузки; работа уровней памяти процессора; производительность приложения, в условиях непостоянного подключения к интернету; соответствие требованиям по времени реакции приложения; работа приложения в условиях жесткой пользовательской нагрузки.

5.3. Организация и проведение юзабилити тестирования

Обеспечить удобство пользования приложением, создать интуитивный, соответствующий принятым стандартам интерфейс (оптимальный размер, цвет и масштабирование кнопок; удобство размещение кнопок в области экрана; обеспечение минимального ввода данных с клавиатуры; наличие возможности возврата/отмены действия в случае нажатия ошибочной кнопки; загруженность контекстуального меню; читабельность текста; оптимальный размер шрифта; корректное отображение выбранного языка).

5.4. Организация и проведение конфигурационного тестирования.

Обеспечение оптимальной работы приложения на разных устройствах - с учетом их размера, разрешения экрана, версии, аппаратного обеспечения и прочего. Перед проведением конфигурационного тестирования необходимо: создать матрицу покрытия и провести приоритезацию конфигураций (соответствие приложение размеру экрана устройства; читабельность текста на разных устройствах; функция вызова/будильника на доступ при запущенном приложении; скорость работы приложения на устройствах, отвечающих системным требованиям приложения).

Приложение должно сворачиваться или переходить в режим ожидания в случае входящего звонка, по его завершении – возобновляться.

5.5. Регистрация в системе

Отчетная документация:

1. Акт об оказании услуг.
2. Акт передачи аккаунтов (Android, сервер - ссылки, логин и пароль)
3. Диск с записью проекта мобильного приложения для Android (конструктор).
4. Акт передачи на администрирование приложения (логин и пароль на изменение параметров мобильного приложения).

Приложение 3 – Дизайн мобильного приложения

Стартовая страница



Карта

