

3. Джашеев И.К. Маркетинговые стратегии и инновации гостиничного предприятия // Молодой ученый. - 2019. - 11. - С. 708-710.

4. Печеницина В.Н. Тенденции развития комплекса маркетинговых коммуникаций туристских предприятий в Интернете // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. - 2018. - 3. - С. 138-140.

Цифровые сервисы в продвижении туризма на примере Санкт-Петербурга

А.В. Танина¹, Е.Ф. Танин²

доцент, к.э.н., доцент Высшей школы административного управления,

2 студент 4-го года обучения по направлению «Туризм»

tanina_av@spbstu.ru, eugenetanin@mail.ru

¹Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург

² Государственный институт экономики, финансов, права и технологий, Гатчина

Аннотация: Пандемия COVID-19 потребовала от дестинаций интенсификации усилий по продвижению турпродуктов на национальном и международном уровне. Санкт-Петербург, являясь одним из популярных туристских направлений в РФ и мире в целом, прилагает значительные усилия по сохранению доходов от туризма. Одним из способов привлечения новых целевых аудиторий и снижения ярко выраженной сезонности пребывания в городе является реализация проекта «Новая туристская география». В ходе написания статьи было проведено исследование особенностей использования возможностей цифровых картографических сервисов для реализации проекта. На основе сравнительного анализа с сервисами Яндекс. Карты, Google Карты сделан вывод о необходимости повышения эффективности использования цифровых карт как канала маркетинговых коммуникаций с клиентами.

Ключевые слова: Санкт-Петербург, туризм, картографические сервисы, цифровые технологии, Новая туристская география, Яндекс. Карты, Google Карты, туристический кэшбек, World Travel Awards, COVID-19

Подавляющее большинство отраслей сферы услуг ощутило на себе влияние пандемии COVID-19 [2, 5]. Однако в кризисных условиях закрытия международных границ, ужесточения санитарных ограничений и других последствий коронавируса Санкт-Петербург как туристская дестинация смог поднять свои позиции в международных и национальных туристских рейтингах. Мегалополис снова подтвердил статус мирового туристического центра, в том числе самого титулованного направления туризма среди российских городов. В октябре 2021 г. были объявлены результаты европейского этапа премии World Travel Awards. В шести заявленных номинациях Санкт-Петербург победил в трех, в том числе таких как Ведущий город Европы культурно-исторического наследия и Ведущий город Европы для коротких поездок (сити-брейков) [3].

Одной из причин столь значимых достижений дестинации является маркетинговая кампания «Петербургское гостеприимство / Safe Travels / Новая туристская география», которая была отмечена как Ведущая маркетинговая кампания Европы. Власти Санкт-Петербурга приложили значительные усилия для продвижения города с целью формирования отложенного спроса на международном и национальном рынках. Основу кампании продвижения составило позиционирование города как гостеприимной, безопасной дестинации, подходящей для возвратных поездок [3].

Электронная почта *

Ваш адрес эл. почты

Ваше имя *

Мой ответ

Наименование места/площадки *

Мой ответ

Адрес мест/площадки *

Мой ответ

Краткое описание

Мой ответ

Отправить

Очистить форму

Рисунок 2. Форма добавления объекта на карту точек притяжения и районов «Новой туристской географии»

Примечание - источник [6]

Несмотря на присутствие на карте «классических» достопримечательностей (Эрмитаж, Русский музей, Казанский собор и др.), значительную долю объектов занимают неизвестные широкой публике объекты туристского интереса, например, Музей сновидений Фрейда, Деревянная Набережная, Дом молодежи «Квадрат», Почтовый квартал, Центр Современного Искусства им. Сергея Курехина. Но общее количество объектов на карте пока не велико и не может соперничать с традиционно используемыми картами для поиска туристских достопримечательностей, например, Яндекс. Картами или Google Картами. При поиске только музеев сервис Яндекс. Карты находит на карте 386 объектов, Google Карты – около 300. Кроме того, дополнительные сервисы (рис. 3) помогают привлечь внимание туристов и облегчить тематический поиск.

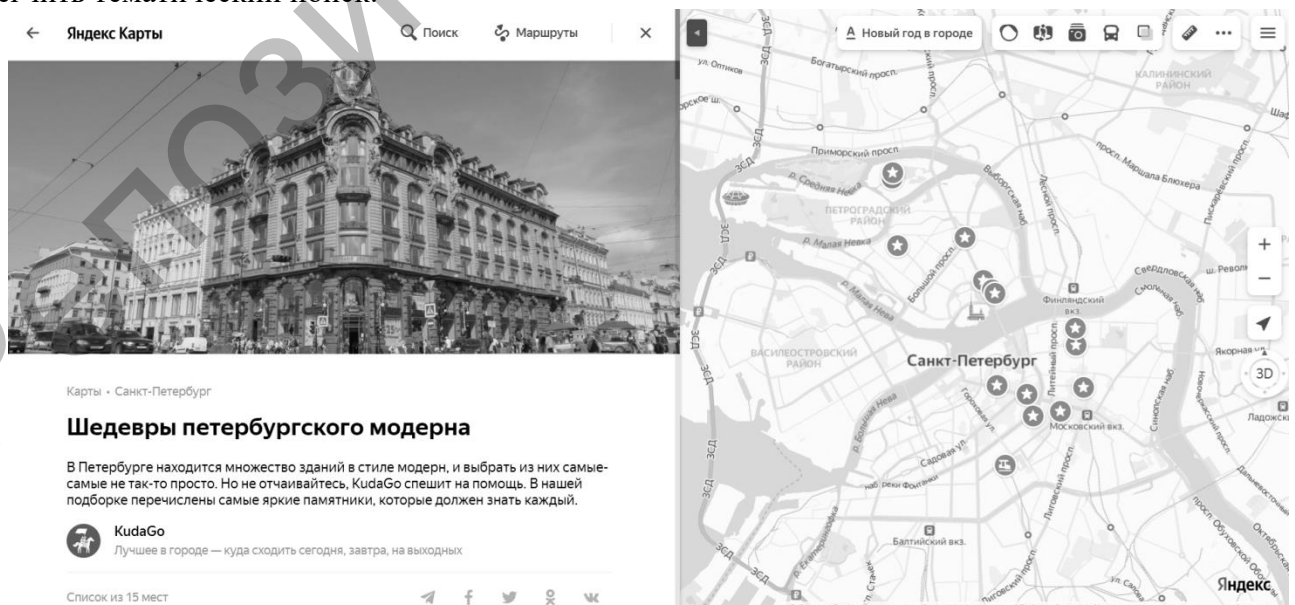


Рисунок 3. Подборка «Шедевры петербургского модерна» на сервисе Яндекс. Карты
Примечание - источник [7]

По сравнению с возможностями картографических сервисов Яндекс и Google карта, представленная на сайте «Новой туристской географии», не обладает данными функциями.

Объекты, размещенные на карте, не кликабельны, т.е. пользователь может только приблизить или отдалить тот или иной объект на карте, но не может посмотреть адрес, режим работы или получить другую полезную информацию, доступную в любом картографическом сервисе.

Глава Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга отмечает, что карта «новой туристской географии Санкт-Петербурга включает около 20 основных зон по самым разным направлениям туризма – от рекреационно-оздоровительного и медицинского до образовательного, промышленного, свадебного и гастрономического туризма» [4], однако текущее состояние карты не позволяет сделать вывод об эффективном использовании возможностей цифровых технологий для формирования маркетинговых коммуникаций с целевой аудиторией проекта «Новая туристская география». Представленные объекты не разделены по тематике, сегментам потребителей, районам города и другим основаниям, отсутствует информация, необходимая для туристов.

Вывод

На основании проведенного сравнительного анализа можно сделать вывод, что в рамках реализации проекта «Новая туристская география» необходимо более эффективно использовать широкие возможности современных картографических сервисов. Обладая большим количеством настроек, в том числе, пользовательских, цифровые карты могут стать недорогим и успешным каналом коммуникаций с клиентами, что особенно актуально из-за ограничений в период пандемии COVID-19.

Список литературы

1. Карта точек притяжения и районов «Новой туристской географии» // URL: <http://ntg.visit-petersburg.ru/> (дата обращения: 13.12.2021)
2. Меликова Евгения Феликсовна, Бурмистров Андрей Николаевич, Костин Константин Борисович, Семенова Анастасия Алексеевна Анализ изменений и прогноз поведения потребителей и ретейлеров под влиянием пандемии COVID-19 в России // Практический маркетинг. 2020. №12 (286). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-izmeneniy-i-prognoz-povedeniya-potrebiteley-i-reteylerov-pod-vliyaniem-pandemii-covid-19-v-rossii> (дата обращения: 13.12.2021).
3. Мягкова Е. Санкт-Петербург седьмой год подряд становится победителем World Travel Awards в Европе // URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/57359.html> (дата обращения: 13.12.2021)
4. Санкт-Петербург обозначил главные тренды роста туризма в условиях пандемии // URL: https://www.gov.spb.ru/gov/otrasl/c_tourism/news/218897/ (дата обращения: 13.12.2021)
5. Танина А.В., Танин Е.Ф. ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ЦИФРОВИЗАЦИЮ ОТЕЛЕЙ// В сборнике: ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА, УМНЫЕ ИННОВАЦИИ И ТЕХНОЛОГИИ. Сборник трудов Национальной (Всероссийской) научно-практической конференции с зарубежным участием. Санкт-Петербург, 2021. С. 412-414.
6. Форма добавления объекта на карту точек притяжения и районов «Новой туристской географии» // URL: http://ntg.visit-petersburg.ru/#popup:block_1 (дата обращения: 13.12.2021)
7. «Шедевры петербургского модерна» на сервисе Яндекс. Карты // URL: <https://yandex.ru/maps/discovery/shedevry-peterburgskogo-moderna/?ll=30.322086%2C59.949470&z=12> (дата обращения: 13.12.2021)