

ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ТУРИСТИЧНУ СФЕРУ УКРАЇНИ

Р.Б. Кожухівська
ст. викладач
кафедри економіки та менеджменту
Уманської філії
Європейського університету

В світовій практиці туристичної галузі, Інтернет став невід'ємною частиною надання послуг. Перш за все, Інтернет використовується як інформаційний канал. За його допомогою всі учасники туристичного ринку обмінюються корисною інформацією, мають можливість порівнювати її і аналізувати. По-друге, графічні можливості Інтернет посилюють використання реклами в діяльності туристичних підприємств. Компанії створюють спеціальні інформаційні сторінки, рекламні буклети та проспекти. Фотографії готелів та інших туристичних об'єктів посилюють наочне уявлення покупця про представлений туристичний продукт, а тому більшість українських туристичних підприємств починає використовувати у своїй повсякденній діяльності переваги та можливості Інтернет-мережі.

На даний момент спостерігаються процеси активізації використання мережі Інтернет у діяльності українських туристичних підприємств. За рівнем представлення в мережі Інтернет, он-лайн туристичні ресурси українського сегменту Інтернет, слід розділити в такий спосіб (рис. 1.):

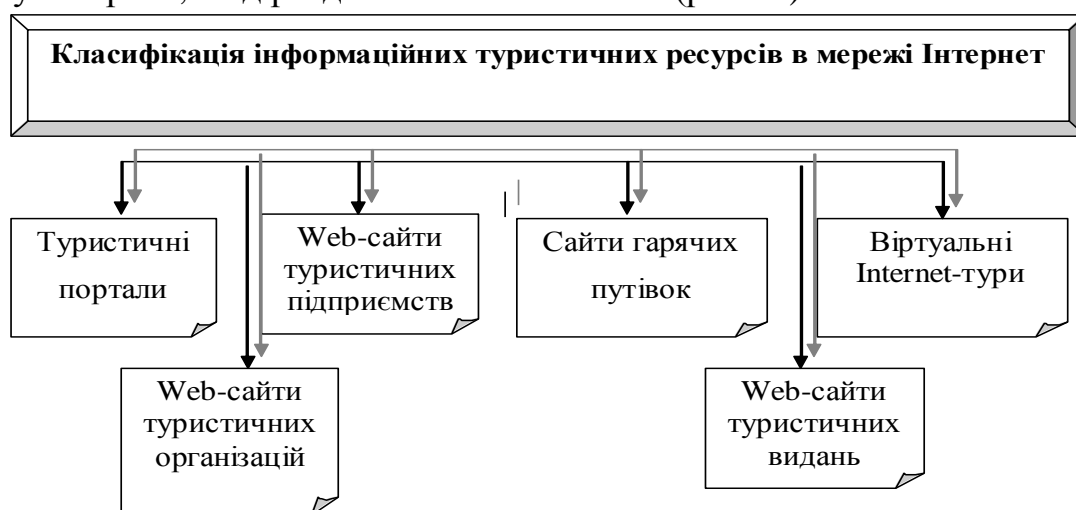


Рис. 1. Види туристичних ресурсів в Інтернет, [1]

1. Туристичні портали. Туристичні портали можна розглядати як он-лайн туристичні рекламні площадки, покликані сприяти продажу послуг туроператорів і турагентств. Джерелом доходів порталів можуть бути, як банерна реклама й платне розміщення інформації про турфірми та їхні пропозиції, так і комісійні, тобто кошти отримані від турфірми за факт замовлення із сервера. Туристичні підприємства повинні позначати факт приймання замовлення на сервері і

повідомляти про завершення туру, а також оплачувати кожну заявку, що надійшла із сервера, або кожне виконане замовлення. Туристичні портали надають користувачам чимало інформації відповідної тематики. Як посередники, вони надають туристичним фірмам можливість заявити про себе та свої тури, а кінцевому користувачу можна довідатися про туристичні фірми й пропоновані послуги, не витрачаючи багато часу на пошуки в Інтернет туру чи потрібної інформації. Саме найбільш широкий спектр можливостей даних Інтернет-ресурсів і обумовлює значний рейтинг туристичних порталів серед інших ресурсів для туризму в мережі.

Найбільш популярними туристичними порталами в українському сегменті Інтернет є наступні (табл. 1.)

Таблиця 1.

Найбільш популярні туристичні портали в українському сегменті Інтернет *

Порти	Короткий опис
Туризм, відпочинок, подорожі	Український туристичний портал: пропозиції від українських туристичних фірм, корисні посилання, туристичні новини, довідкова інформація, публікації.
Сервер подорожей "ТурБаза"	Велика база даних турів та турагенств з можливістю пошуку за шістьма категоріями.
Портал для мандрівників	Тури, путівки, візи, фотогалерея, інформація про країни світу, робота та навчання за кордоном, новини туризму.
Українська туристична мережа	Туристичний портал: пропозиції туроператорів, каталог туристичних фірм. Країни, курорти та готелі. Путівки. Добірка тематичних посилань. Рейтинг туристичних сайтів. Форум.
Пошуковий туристичний сервер	Пошук інформації про послуги на туристичному ринку України та всього світу, дошки об'яв, каталог туристичних фірм, туристичний атлас, бази турів, резервування квитків, правила виїзду, оформлення віз, навчання за кордоном.
Туристичний компас	Туристичний інформаційно-пошуковий сайт. Нормативна база з туризму, довідкова інформація про посольства та візи, розклад авіарейсів а також розділ "Туристам на замітку".
Туристичний сервер Криму	Інформація про Крим: курортні регіони, санаторії, пансіонати, готелі, транспорт, зв'язок. Тури, пам'ятні місця, екскурсії, карти, форум.

* складено за даними моніторингу Інтернет-ресурсів

2. Сайти "гарячих" путівок. На цих сайтах тур можна вибрати у два способи: або самостійно здійснити пошук, або заповнити форму запиту, що згодом відправляється в туристичну компанію, яка співпрацює з даним сервером. У першому випадку з'являється вікно, де необхідно визначитися з датою подорожі, вартістю тура, кількістю необхідних місць тощо. У другому випадку користувач одержує по електронній пошті вже від самих туристичних фірм лист з інформацією про наявність того чи іншого туру, але з першу він повинен заповнити заявку. Найбільш популярними сайтами "гарячих" путівок в Україні є: www.hottour.com.ua - мережа агенцій із продажу «гарячих» путівок; www.tournews.com.ua - мережа магазинів із продажу «гарячих» путівок; www.hotway.com.ua - туристичний портал «гарячих» путівок;

3. Web-сайти туристичних організацій та асоціацій містять у собі інформацію загального характеру, та у цілому можуть бути ефективно використані у комунікаціях на рівні туристичних регіонів чи дельтацій, але не на рівні окремих туристичних підприємств.

4. Web-сайти туристичних фірм розміщують інформацію про фірму та послуги, що вона надає. Хотілося б відмітити, що не всі туристичні підприємства активно використовують Інтернет як засіб для бронювання і продажу турів, обмежуючись тільки представленням загальної інформації про компанію. Web-сайти туристичних підприємств, окрім інформування споживачів про послуги, дозволяють виконувати наступні задачі: бронювання та продаж турів, формування іміджу, спілкування з відвідувачами, проведення опитування.

Варто зазначити, що Web-сайти туристичних фірм є фундаментальною основою реалізації комунікаційної Інтернет-стратегії туристичних підприємств. На сучасному туристичному ринку України кожне потужне туристичне підприємство має власний Інтернет-сайт, який воно в тій чи іншій мірі використовує як власне для просування послуг на ринку, так і для формування певного іміджу своєї компанії.

Отже, основна мета створення та підтримки корпоративного Інтернет-ресурсу для більшості туристичних підприємств - створення сприятливого іміджу турфірми та її послуг, забезпечення доступності інформації про туристичне підприємство для людей у всіх регіонах України, реалізація додаткових можливостей представлення інформації про турфірму та її послуги, оперативна реакція на ринкову ситуацію: відновлення даних по пропозицію туристичних послуг, інформація про тури-новинки, гарячі-тури, акційні пропозиції, що запроваджені туристичним підприємством. Завдяки Інтернет-ресурсам, зокрема Інтернет-сайту туристичного підприємства, досить просто та швидко знайти інформацію, яка їх цікавить: інформацію про поїздки, тим самим виконується основне завдання прямої комерційної реклами туристичних послуг - проінформувати потенційних туристів про послуги підприємства, максимально зацікавивши їх у придбанні саме послуг даного туроператора. Крім того, грамотно побудований Інтернет-сайт формує у відвідувачів позитивну думку про високий професіоналізм працівників туристичного підприємства (і навпаки – невдало побудований сайт свідчить про загальну недбалість працівників, непрофесійне виконання ними своєї роботи і в цілому формує несприятливий імідж туристичної фірми).

Література:

1. Хартман А. Стратегии успеха в Интернет-экономике / Хартман, Амир, Сифонис, Джон, при участии Джона Кэдора; [Предисл. Джона Чамберса; Пер. П.Быстров] - М.: ЛОРИ, 2010. - 274 с. - ISBN: 5-85582-130-7
2. James C. Makens. Marketing for Hospitality and Tourism / C. James/ - Publisher: Prentice Hall; Inc. Category: Business. 4th edition.- 2011 - ISBN-10 0-13-197623-0

Інформаційні технології в економіці, менеджменті і бізнесі. Проблеми науки, практики і освіти: Матеріали XVII науково-практичної конференції. 24-25 листопада 2011 р. - К.: Вид-во Європейського ун-ту, 2011, - ____с