

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК СРЕДСТВО ЭФФЕКТИВНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРУСЛУГ

Е.Н. Карчевская

Гомельский государственный технический университет имени П.О. Сухого,
karchevskaya09@mail.ru

В развитии международного туризма на современном этапе наблюдается переход ко все большей автоматизации деловых процессов, использованию информационных технологий в туристском бизнесе. По данным исследований ЮНВТО 40% международных туристов путешествуют со смартфонами, имеющими доступ к Интернет и e-mail; 40% пользователей смартфонов используют их для получения информации о направлении. Больше трети туристов в период путешествия осуществляют с помощью смартфонов доступ к социальным сетям [3].

Цель настоящего исследования состояла в изучении степени восприятия и использования участниками туристского рынка Гомельского региона социальных сетей.

Работа осуществлялась в двух направлениях: как с позиций производителей, так и с позиций потребителей туристских услуг. Во-первых, изучались подходы к использованию социальных сетей региональными туристскими предприятиями и степень представления ими в социальных сетях туристского продукта. Во-вторых, исследовалось использование покупателями туристских услуг электронной информации из социальных сетей, их приоритеты в выборе поставщика туристских услуг, изучалась потребительская оценка представленной на сайтах информации. Анализ проводился на основании материалов, представленных на Белорусском туристическом портале Holiday.by (представлено 63 турфирмы) и Relax.by, ведущем портале на тематику досуга, развлечений и отдыха (88 фирм) [1, 2].

Сегодня насчитывается порядка 200 социальных сетей. Почти 70% интернет-пользователей имеют аккаунт в соцсетях, что составляет почти 1,5 млрд. человек.

Социальные сети отличаются друг от друга, как составом аудитории, так и сферой интересов. Они появились сравнительно недавно, но уже практически в каждой стране есть своя социальная сеть. В настоящее время наиболее популярными русскоязычными социальными сетями для наших соотечественников являются ВКонтакте, Одноклассники, Мой мир. Среди американских социальных сетей самыми посещаемыми белорусами являются: Википедия, Youtube, Facebook, Twitter. Наиболее популярные социальные сети Беларуси: Я Тут!, ВсеВместе, Face.by, ВСети, Универ.by, Блоги на inf.by и др. В целом белорусы предпочитают налаживать социальные связи в российских соцсетях, а круг их общения ограничен чаще всего своей страной или своим городом.

Исследование показало, что молодежь предпочитает сайт Vkontakte.ru, а более возрастные респонденты – Odnoklassniki.ru. Более трети респондентов имеют «стаж» регистрации в соцсетях в несколько лет, посещают социальные сети ежедневно, проводя там по несколько часов, и используют сети для общения с друзьями, обмена мультимедийной информацией, новых знакомств или восстановления старых контактов, совершения покупок, а также для организации свободного времени.

Социальные сети – это эффективные способы продвижения туристских услуг, однако не все турфирмы сегодня используют эту возможность. В России, например, существуют специализированные туристические социальные сети: <http://tourister.ru>, <http://flagatrip.ru>, <http://venividi.ru>, <http://travel.dmir.ru>, <http://geoid.ru>, <http://turometr.ru>, <http://poezdochka.com> и другие. Это позволяет потребителям выбрать приемлемую туристскую услугу, а туроператорам быстро и эффективно продвигать на рынок свой продукт. В Беларуси пока еще нет такого разнообразия специализированных социальных сетей, поэтому необходимо использовать те ресурсы, которые пользуются спросом у потенциальных потребителей. Следовательно, одним из эффективных способов взаимодействия туристской организации с потенциальным клиентом является как Интернет в целом, так и социальные сети в частности.

Анализ использования участниками туристского рынка Гомельского региона возможностей Интернет-маркетинга позволил сделать некоторые выводы.

Реализация возможностей интернета гомельскими турфирмами представляет собой создание специального корпоративного сайта с информацией об услугах компании, в пределах которого образуются сообщества в социальных сетях (табл.). Наиболее предпочитаемые фирмами ресурсы:

ВКонтакте и Одноклассники, реже Facebook, Twitter и другие, где представлена информация о турах и местах назначения.

Социальные сети помогают сформировать хорошую репутацию турфирмы путем накопления положительных отзывов туристов, а привлечение пользователей интернета в группу турфирмы в соцсети позволяет создать «банк» потенциальных клиентов.

Социальные сети для туристского предприятия – это возможность оперативно, красочно, детально показать свой турпродукт, а также вести интерактивный диалог. Использование социальных сетей турфирмой способствует формированию интереса к новым маршрутам и местам отдыха участников группы.

Созданные группы в социальной сети дают возможность пользователям рассказывать о своих поездках, обмениваться мнениями и фотографиями о местах пребывания.

В то же время турфирмам необходимо взять на вооружение опыт создания блогерской площадки для приглашения специалистов туристского бизнеса. Своеобразным инструментом привлечения потенциальных клиентов может быть организация форумов различной тематики, конкурсов.

Таблица – Использование социальных сетей в деятельности турфирм

Турфирма	Социальные сети	Представление	Количество подписчиков/участников	Последние записи
АлатанТур	Instagram ВКонтакте Facebook	Информация, фото, отзывы, хроника	1,226 4768	Февраль 2016
Сан Далитур	ВКонтакте Одноклассники	Фото, информация	639 213	Декабрь 2015
Альянс Путешествий	ВКонтакте	Информация, новости	192	Февраль 2016
С Ветерком Тур	Одноклассники ВКонтакте	Информация о турах	99 64	Январь 2016
<u>Истанбул</u>	ВКонтакте Одноклассники	Информация о турах	404 74	Февраль 2016
Центркурорт	ВКонтакте Facebook Одноклассники	Информация, новости	1708 2401	Февраль 2016
Алегрия–Тур	ВКонтакте Twitter Facebook	Информация о турах, реклама	1523 15 328	Февраль 2016
АлиВия Трэвел	ВКонтакте	Информация о турах	259	Февраль 2016
Альва Транс–Тур	ВКонтакте	Информация о турах, фото, новости	4	Февраль 2016
БРИЗ–ТУР	ВКонтакте Одноклассники	Информация о турах	33 174	Февраль 2016
<u>Бюджет–Тур</u>	ВКонтакте Одноклассники	Информация о турах, новости	1033 4060	Февраль 2016
Гомельтурист	Facebook	Информация (гостиница «Турист»)		Февраль 2016
Дивит–Тур	ВКонтакте Facebook	Информация, фото, новости	541	Февраль 2016

Важным моментом является регулярное обновление страниц, размещение актуальной информации и поддержание новостной ленты. Основными проблемами является неумение грамотно использовать социальные сети, отсутствие квалифицированных специалистов.

Список использованных источников:

1. Белорусский туристический портал Holiday.by [Электронный ресурс]. –Режим доступа: <http://www.holiday.by/>. – Дата доступа: 26.02.2016.
2. Информационный Relax.by [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.relax.by>. – Дата доступа: 26.02.2016.
3. The World Tourism Organization (UNWTO) [Электронный ресурс]. –Режим доступа: <http://www2.unwto.org>. – Дата доступа: 26.02.2016.