



ВЛИЯНИЕ РЕКЛАМЫ И ГЛОБАЛЬНОЙ СЕТИ НА РАБОТУ ТУРАГЕНСТВАⁱ

Петросян Гоарик Размиковна¹ⁱⁱ,

Асоян Лилит Антоновна²ⁱⁱⁱ,

Тадевосян Артур Арменакович^{3iv}

¹НАН РА МНОЦ и АГПУ, Преподаватель, канд. физ-мат. наук, доцент

²НАН РА МНОЦ, Преподаватель, канд. исторических наук, доцент

³АГПУ, Преподаватель, канд. педагогических наук, доцент

Аннотация:

В статье рассматривается влияние интернет сети на эффективность работы турагенств как возможность размещения рекламы, поиска новых партнеров, презентации своей деятельности, и т.д., и как следствие увеличение турпотоков. При помощи компьютерных программ (Microsoft Office Excel, SPSS) проведены анализ и оценка эффективности рекламной деятельности в сети на примере деятельности турагенства "Татев Т.Т.Т." В результате исследования предложены рекомендации по улучшению и повышению эффективности работы турагенства.

Ключевые слова: глобальная сеть, информационные ресурсы, турагенства, туризм, поисковые системы, Microsoft Office Excel, SPSS.

Abstract:

The impact of the Internet, productive work of tour agencies and possibilities of searching for new partnerships are explored in the article. With the help of computer programs (Microsoft Office Excel and SPSS) the effectiveness of internet advertising activities was analyzed and evaluated on the example of "Tatev T.T.T." travel agency.

ⁱ THE INFLUENCE OF ADVERTISING AND THE GLOBAL NETWORK ON THE WORK OF A TRAVEL AGENCY

ⁱⁱ Petrosyan Goharik R., ISEC of NAS RA and ASPU, lecturer, Doctor of Mathematics, Assistant professor

ⁱⁱⁱ Asoyan Lilit A., ISEC of NAS RA, lecturer, Doctor of History, Assistant professor

^{iv} Tadevosyan Artur A., ASPU, Doctor of Pedagogy, Assistant professor

^v Correspondent author: email petrosyan_gohar@list.ru

During the study, practical suggestions were made in order to increase labor productivity of tour agencies.

Keywords: internet, information resources, travel agency, tourism, search engines, Microsoft Office Excel, SPSS.

Введение

Глобальная сеть является одним из мощнейших ресурсов, из которого черпают необходимую информацию миллионы пользователей. INTERNET разрастается с огромной скоростью в результате увеличения объема информации, что ведет за собою не только увеличение количества пользователей, но и способствует развитию новых отраслей экономики, в частности туристического бизнеса, так как использование возможностей глобальной сети непосредственно влияет на эффективность развития туристической индустрии в целом, и расширение деятельности турагенств – в частности. Следовательно, исследование влияния глобальной сети как мощнейшего инструмента с возможностью размещения рекламы и пропаганды, на повышение эффективности туристической отрасли, на развитие туристического бизнеса более чем актуально, особенно касательно отечественных, в данном случае армянских национальных компаний и агентств. Разработкой данной темы занимались многие исследователи и ученые^{vi}, однако в отечественной сфере разработка данной тематики при помощи Microsoft Office Excel, SPSS на примере конкретной фирмы “Татев Т.Т.Т.” проводится впервые.

В глобальной сети появилось огромное количество информации (порталов, сайтов, страниц, справочников), связанной с туристической отраслью: турагенства, гостиницы, системы и сети бронирования, авиаперевозчики и т.д., что создало возможность турагенствам перейти с традиционных рекламных инструментов на новый-электронный. Из года в год увеличивается количество туристических

^{vi} См. Антюфеев Г.В., Румянцев В.П., Сергиевский М.В. и др. Компьютерные технологии реального времени в туристской деятельности. МИФИ 2004, 155 с., Деп. в ВИНТИ № 1011-В2004; Биржаков М.Б., Биржаков К.М., Ушаков М.В. WWW - World Wide Web - Интернет в туризме // Туристские фирмы. - Вып.13; Гуляев В.Г., Новые информационные технологии в туризме. - М.: Издательство "Приор", 2004; Гуляев В.Г. "Организация туристской деятельности". - М.: НОЛИДЖ, 2003.; Геращенко Н., Соколова А., "Второе дыхание российских GDS" // "Мир электронной коммерции", №04 2000г.М. Изд-во. "Открытые системы"; Дудников Н.Г., Лупуллов В.В., Сеселкин А.И., "Информатика и применение вычислительной техники в туристско-экскурсионных организациях". - М.: Центральное рекламно-информационное бюро "Турист"; Карминский А.Н., Нестеров "Информатизация бизнеса". - М.: Финансы и статистика, 2005; Морозов М.А., Морозова Н.С., "Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника". - М.: Академия, 2004; Свириденко С.С., "Информация и информационные технологии в современном обществе". - М.: МНЭПУ и др.

агентств, пользующихся автоматизированными системами бронирования и резервирования. Подобные программы позволяют существенно повысить качество и эффективность работы персонала авиакомпаний, улучшить качество обслуживания клиентов за счет сокращения времени оформления билетов, осуществлять резервирование в режиме реального времени on-line в считанные секунды, увеличить количество и разнообразить предлагаемые услуги^{vii}. Следовательно в сети имеет огромное значение ежесекундное обновление соответствующей информации, что несет в себе определенный рекламный, информационный контекст. Сайт турагентства Tatev Travel Agency представлен на английском языке, который обеспечивает максимальную доступность в мировом масштабе с еженедельным обновлением. Существует также возможность просмотра сайта на русском языке (для зоны ЕврАзЭС) и персидском. Компания "Татев ТТТ" была основана в 1992 году и имеет большой опыт в организации различных туров по Армении, в том числе и бизнес-туры, оказывая помощь в подготовке встрече с потенциальными бизнес – партнерами в течении их поездки в Армению. Компания уделяет большое внимание на составление туристических туров и маршрутов по Армении. Для привлечения иностранцев в Армению турагентство предлагает и гарантирует высокий сервис и индивидуальный подход ко всем видам туров. "Татев ТТТ" является также Генеральным Агентом по Продаже Иранской авиакомпании "Иран Асем Ан Эйрлайнс" в РА, которая выполняет рейсы по маршруту Тегеран-Ереван-Тегеран с ноября 2010 года. Туристическое агентство "ТАТЕВ Т.Т.Т." является членом ASTA и IATA, а также главным агентом по продаже в Армении иранских авиалиний "Махан Эйр" и "Иран Асем Ан"^{viii}.

Анализ динамики турпотока "Татев ТТТ" и влияния рекламы и глобальной сети на работу турагентства с помощью программ Excel и SPSS.

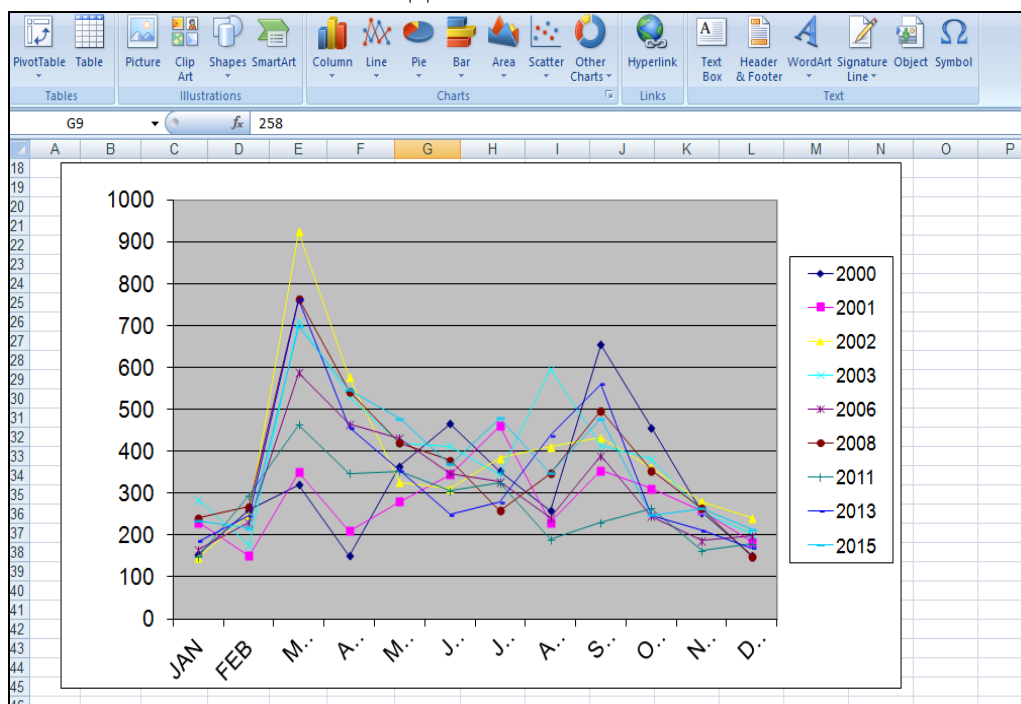
Представленная на официальном сайте информация одновременно является своеобразной рекламной кампанией, обеспечивающей устойчивый рост турпотока, что можно проследить на графике (см. рис. 1), составленном при помощи программы Excel.

^{vii} Морозов М.А. Информационные технологии в туризме/Экономика и жизнь, N 3, 2001//

<http://www.tutdvoek.net/kontrolnye/kompyuternye-tehnologii-v-turistskoy-otrasli/avtomatizirovannye-sistemy-bronirovaniya-i-rezervirovaniya-v-turizme.html> .

^{viii} Туристическая компания Татев ТТТ// <http://www.tatev.com/about.php>.

Рис.: Динамика 2000-2015гг



В данном случае программа Excel дает возможность при вводе определенных данных, позволяет воссоздать общую картину туристической деятельности турагентства “Татев ТТТ”, а также восстановить динамику туристических потоков, отмечая интенсивность турпотока в определенный промежуток времени. Исходя из данных графика, можем проследить, что наибольшая активность туристов приходится на март 2002 года, что по большей части связано с регистрацией официального сайта турагентства в сети.

Несмотря на возможности программы Excel следует отметить, что наиболее эффективным инструментом в исследовании и моделировании статистических данных является программа SPSS (Statistical Products and Service Solution) - модульный, полностью интегрированный, обладающий всеми необходимыми возможностями программный продукт, предназначенный для всех этапов аналитического процесса: планирования, сбора данных, доступа к данным и управление данными, анализа, создания отчетов и распространение результатов. Пакет SPSS построен и функционирует как традиционная база данных: накопление массива информации, его формализация и представление результатов статистической обработки массива в виде отчета^{ix}. При внесении данных, полученных в результате опроса туристов, в программный пакет SPSS, был получен график, отображающий оценку обслуживания клиентов со стороны

^{ix} Пакеты прикладных программ для статистической обработки SPSS// <http://www.studfiles.ru/preview/1731149/page:12/>.

водителя, гида, качество предоставленных услуг (в частности условия проживания и отдыха).

Рис. 2: Качество обслуживания клиентов со стороны водителя

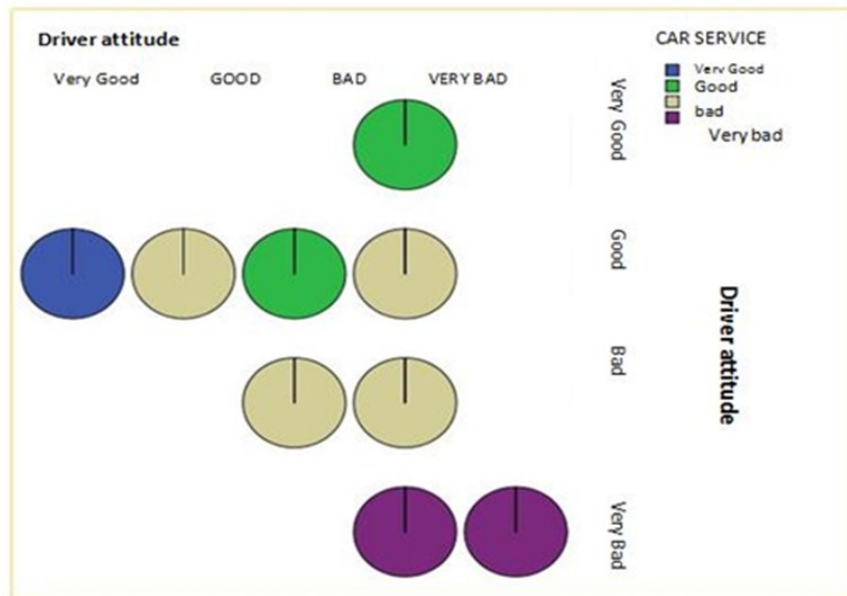
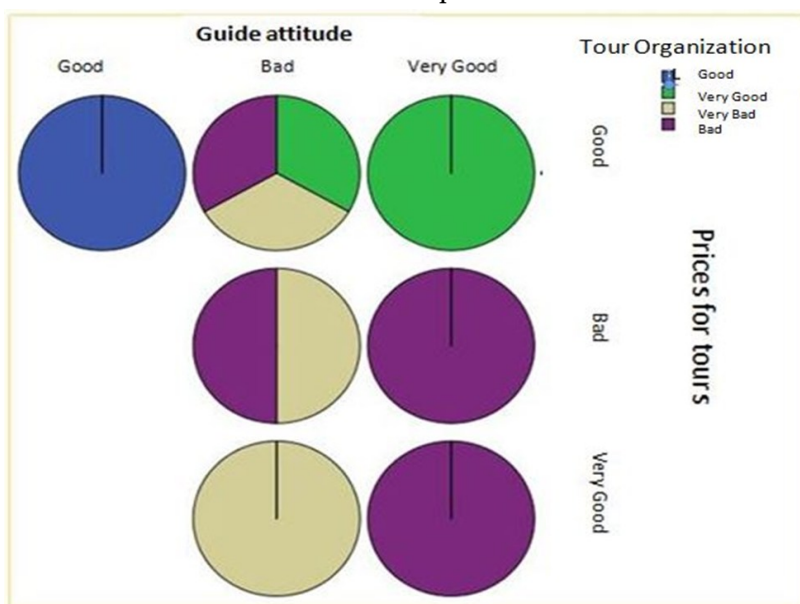


Рис. 2 отображает в целом терпимое отношение к обслуживанию со стороны водителя, так как на основании внесенных данных программа SPSS сгруппировала ответы под графой “хорошее”, при этом выделив среди них ответы “очень хорошо” и “средне”. Таким образом приходим к выводу, что несмотря на рекламу на сайте турагенства гарантирован высоком уровне предоставляемых услуг возникает необходимость пересмотреть и подобрать кандидатуру водителя.

Рис. 3 отображает позицию туристов к работе гида, соотношение цена-качество предоставляемых туристических услуг и пакетов. Клиентам были предложены вопросы об уровне обслуживания, доступности турпакетов и их организованности. Обработанные при помощи SPSS данные показали в целом, что среди ответов преобладают положительные отзывы, что говорит о высоком организационном уровне, приемлемой ценовой политике и, что особенно важно, правильном выборе гида.

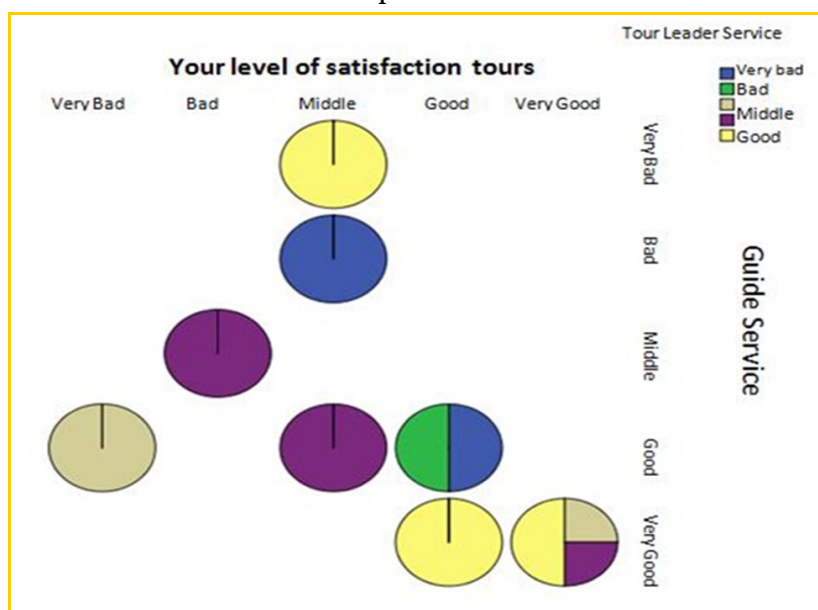
Рис. 3: Качество работы гида



Данные рис. 3 особенно важны для дальнейшей деятельности турагентства, так как работа последней в достаточной степени зависит от отзывов туристов, уже воспользовавшихся пакетом услуг, предоставляемых агентством “Татев ТТТ”, тем более, что они в виде комментариев присутствуют на различных форумах, обсуждениях в сети.

Привлечение туристов в значительной степени зависит также от качества предоставляемых услуг тур-лидера, гида, а также размещения. Именно эти составляющие являются основой качественного обслуживания туристов (см. рис. 4).

Рис. 4: Качество размещения и отдыха



Обработанные данные выявили достаточно пеструю картину: отдыхающие в целом довольны (треть опрошенных программа сгруппировала под графой “среднее”), но, вместе с тем налицо глубокое расхождение, в той же графе “среднее”, где показано недовольство некоторыми отдельными услугами, мозаика мнений в графе “очень хорошее”, а в других группах выявлена завышенная оценка.

Таким образом, компьютерные технологии и различные программы не только служат инструментом получения необходимой информации, но и помогают в работе турагенств. При помощи таких усовершенствованных пакетов программ как SPSS становится возможным структурное выявление отдельных деталей, сильных и слабых сторон деятельности различных компаний и агентств. Пакет программ SPSS позволил выявить некоторые недостатки в работе турагенства “Татев ТТТ”, при устранении которых компания сможет более успешно продвигать свой пакет услуг на туристическом рынке, организовать более успешную рекламную кампанию в сети.

Список использованной литературы

1. Антюфеев Г.В., Румянцев В.П., Сергиевский М.В. и др. Компьютерные технологии реального времени в туристской деятельности. МИФИ 2004, Деп. в ВИНТИ № 1011-В2004.
2. Биржаков М.Б., Биржаков К.М., Ушаков М.В. WWW - World Wide Web - Интернет в туризме // Туристские фирмы. - Вып.13
3. Гуляев В.Г., Новые информационные технологии в туризме. - М.: Издательство "Приор", 2004.
4. Гуляев В.Г. "Организация туристской деятельности". - М.: НОЛИДЖ, 2003.
5. Геращенко Н., Соколова А., "Второе дыхание российских GDS" // "Мир электронной коммерции", №04 2000г.М. Изд-во. "Открытые системы"
6. Дудников Н.Г., Лупулов В.В., Сеселкин А.И., “Информатика и применение вычислительной техники в туристско-экскурсионных организациях”. - М.: Центральное рекламно-информационное бюро “Турист”.
7. Карминский А.Н., Нестеров “Информатизация бизнеса”. - М.: Финансы и статистика, 2005.
8. Морозов М.А., Морозова Н.С., "Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника". - М.: Академия, 2004
9. Морозов М.А., Информационные технологии в туризме/Экономика и жизнь, N 3, 2001// <http://www.tutdvoek.net/kontrolnye/kompyuternye->

tehnologii-v-turistskoy-otrasli/avtomatizirovannye-sistemy-bronirovaniya-i-rezervirovaniya-v-turizme.html.

10. Пакеты прикладных программ для статистической обработки SPSS// <http://www.studfiles.ru/preview/1731149/page:12/>
11. Свириденко С.С., “Информация и информационные технологии в современном обществе”. - М.: МНЕПУ.
12. Туристическая компания Татев ТТТ// <http://www.tatev.com/about.php>.

Creative Commons licensing terms

Author(s) will retain the copyright of their published articles agreeing that a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0) terms will be applied to their work. Under the terms of this license, no permission is required from the author(s) or publisher for members of the community to copy, distribute, transmit or adapt the article content, providing a proper, prominent and unambiguous attribution to the authors in a manner that makes clear that the materials are being reused under permission of a Creative Commons License. Views, opinions and conclusions expressed in this research article are views, opinions and conclusions of the author(s). Open Access Publishing Group and European Journal of Social Sciences Studies shall not be responsible or answerable for any loss, damage or liability caused in relation to/arising out of conflicts of interest, copyright violations and inappropriate or inaccurate use of any kind content related or integrated into the research work. All the published works are meeting the Open Access Publishing requirements and can be freely accessed, shared, modified, distributed and used in educational, commercial and non-commercial purposes under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License \(CC BY 4.0\)](#).