

УДК 338.487:004.738.5(571.17)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТА В ПРОДВИЖЕНИИ И РЕАЛИЗАЦИИ УСЛУГ ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМЫ «КАСКАД – ТРЭВЕЛ»

А.Д. Казакова, гр. Тб-121, IV курс
Научный руководитель: О.Н. Кавкаева, ст. преподаватель
Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева, г. Кемерово

Сегодня на развитие туристического рынка активное влияние оказывают технологии продвижения туристических продуктов и услуг, т.е. маркетинг и реклама туристических предприятий в сети Интернет.

Интернет очень важен для туристических компаний любого масштаба: они могут посредством сети Интернет эффективно и быстро осуществлять бронирование и резервирование, представлять свои услуги, оперативно связываться с потребителями и партнерами. Представленность (самопрезентация) компании в Мировой сети обеспечивает туристическому предприятию возможность расширения потенциальной клиентской базы.

Сегодня большинство российских туристских компаний использует Интернет как большую доску объявлений для рекламы своих возможностей по организации туристского обслуживания. Реклама является основой туристской деятельности: пользователь мог бы воспользоваться услугами, если бы знал об их существовании. Реклама в Интернете является самой быстрой: издание или обновление веб-страницы выполняется мгновенно. Реклама в Интернете является самой дешевой, а при размещении на своем собственном сайте еще и относительно бесплатной (оплачивается только хостинг и услуги веб-дизайнера). Реклама в Интернете имеет преимущество в том, что клиентам можно предложить не только текстовую информацию, но и мультимедийную (интерактивную), т.е. с фотографиями, видео, аудио.

За последнее десятилетие объем рекламы в сети Интернет значительно вырос. Объясняется это тем, что данный вид продвижения товаров и услуг имеет колоссальный охват потенциальных покупателей – целевой аудитории рекламы. При этом маркетинг в Сети «работает» 24 часа в сутки 7 дней в неделю и доступен в любой точке мира любому потенциальному потребителю. Используя возможности современных информационных технологий, электронная реклама имеет высокую степень воздействия и высокую информативность. В социально-культурном сервисе и туризме компьютерная реклама может использоваться в разных направлениях:

1. Создание веб-сайтов туристических фирм.
2. Размещение баннерной рекламы и т.п.
3. Рассылка посредством электронной почты рекламных предложений.

4. Распространение информации об услугах посредством создания иллюстративных CD-ROM (мультимедийные технологии) и др.

Сайт туристической компании (агентства) – это современный и эффективный способ коммуникации и бизнеса между фирмой и пользователями – потенциальными потребителями туристических продуктов и услуг. Интернет-сайт туристической компании становится наиболее эффективным средством маркетинговой коммуникации с потенциальным потребителем, средством постоянного расширения клиентской базы.

При создании и продвижении сайта большое значение имеют его дизайнерское решение, структура и визуальное оформление, но самая важная составляющая популярности сайта – это его содержание, которое должно регулярно обновляться и быть всегда актуальным. Важно заинтересовать посетителя, пришедшего на сайт, качественным наполнением ресурса, необходимо предоставить ему развернутую информацию о курортах, отелях, визах, перелетах, условиях размещения, ценах, наличии мест. Грамотно построенный сайт, где дизайн гармонично сочетается с содержанием и структурой, произведет приятное впечатление на посетителей и поможет стимулировать их к покупке товаров и услуг. Продвижение сайта в поисковых системах и каталогах является одним из самых эффективных и при этом скрытых приемов маркетинга.

Таким образом, Интернет используется практически во всех основных бизнес-процессах внутри туристской компании, начиная от поиска и привлечения клиентов и заканчивая формированием турпродукта в качестве коммуникационного и маркетингового инструмента.

Рассмотрим туристическую фирму в городе Кемерово «Каскад-Трэвел».

Начало деятельности фирмы связано с созданием инфраструктуры горнолыжного комплекса «Шерегеш». С 2003 года турфирма осуществляет операторскую деятельность по направлению «Горная Шория». В настоящий момент – это одно из приоритетных направлений, по которому заключены контракты и установлены надежные партнерские отношения со всеми средствами размещения горы Зеленая. Помимо этого, турфирма является внутренним и въездным оператором на Алтай и ведет активные продажи туров в Горный Алтай, Белокуриху, на озеро Яровое.

Турфирма «Каскад Трэвел» занимаясь международным и внутренним туризмом, сотрудничает с такими крупными туроператорами как Tez Tour, Natalie Tours и др., а также с VIZIT EUROPE GROUP (Чехия, Европа); American Travel Company (США, Канада); Алеан (Черноморское побережье России, Кавказские минеральные воды) и др.

Турфирма предлагает такие услуги как организацию отдыха в любой стране мира; корпоративное обслуживание; организацию детского отдыха; аренду недвижимости за границей; лечебные, оздоровительные туры; туры в Шерегеш, Горная Шория; туры в Белокуриху, Горный Алтай; визовое сопровождение; страхование путешественников; туры в рассрочку (0% на 6 месяцев); подарочные сертификаты. Также Каскад Трэвел является агентом

по продаже авиабилетов на рейсы авиакомпаний: Аэрофлот, Сибирь, Трансаэро и многих других.

У фирмы есть свой сайт: <http://cascade-travel.ru/>, который используется как инструмент продаж и предоставляет различные возможности для и туристов. На сайте представлены различные туры по России и зарубежные туры. Так же предоставляются такие разделы;

- 1) горящие туры и новости;
- 2) поиск тура;
- 3) предложения о сотрудничестве;
- 4) возможность оставить заявку на подбор авиа- и ж/д- билетов;
- 5) туры по России;
- 6) информация о компании и ее история;
- 7) заявка на подбор тура;
- 8) контактная информация;
- 9) список сотрудников и т.д

Основные цвета, которые используются на данном сайте — это синий, белый и желтый. Оформление и дизайн сайта не режет глаз, не яркий и в то же время красивый и запоминающийся. Информация расположена предельно понятно, все очень легко найти.

Также у фирмы есть сайт в одной из самой популярной социальной сети «ВКонтакте» - https://vk.com/cascade_travel_kem

В заключение можно сделать следующие выводы наличие своего сайта у турфирмы в интернете приводит к расширению клиентской базы, большей узнаваемости, повышению продаж, увеличению доходов.

Список литературы:

1. Есаулова, С.П. Информационные технологии в туристической индустрии: учебное пособие [Текст] / С.П. Есаулова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2014. – 152 с.

2. Все о туризме. Туристическая библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://tourlib.net/books_tourism/shahovalov.htm (дата обращения: 20.12.2013).

3. Кусина, О.А. Социальные сети как эффективный инструмент маркетинга в индустрии встреч [Электронный ресурс] // Креативная экономика. – 2013. – № 1 (73). – С. 118-123. – Режим доступа: <http://www.creativeconomy.ru/articles/27543> (дата обращения: 18.12.2013)

4. Туристическая фирма «Каскад – Трэвел»: [Электронный ресурс]: <http://cascade-travel.ru/>. (Дата обращения: 29.03.2016).