

Падафет Н.С. Виртуальный тур как перспективная форма маркетинговой коммуникации гостиничного бизнеса города Стрежевой // Академия педагогических идей «Новация». Серия: Студенческий научный вестник. – 2017. – № 06 (июнь). – АРТ 158-эл. – 0,2 п.л. - URL: <http://akademnova.ru/page/875550>

РУБРИКА: СЕРВИС И ТУРИЗМ

УДК 908

Падафет Наталья Сергеевна

студентка 4 курса, социально-гуманитарный факультет

Научный руководитель: Павлова Н.С., ст. преподаватель

ФГБОУ ВПО «Сургутский государственный
педагогический университет»

г. Сургут, Российская Федерация

e-mail: p.natasha.s@mail.ru

**ВИРТУАЛЬНЫЙ ТУР КАК ПЕРСПЕКТИВНАЯ ФОРМА
МАРКЕТИНГОВОЙ КОММУНИКАЦИИ ГОСТИНИЧНОГО
БИЗНЕСА ГОРОДА СТРЕЖЕВОЙ**

Аннотация: В статье рассмотрено применение виртуальных туров как перспективной формы маркетинговых коммуникаций в деятельности гостиничного бизнеса.

Ключевые слова: гостиницы, гостиничный бизнес, виртуальные туры, панорамы.

Padafet Natalia

4th year student, social and humanitarian faculty

Supervisor: Pavlova NS, art. teacher

FGBOU VPO "Surgut State Pedagogical University"

VIRTUAL TOUR AS A PERSPECTIVE FORM OF MARKETING COMMUNICATION OF HOTEL BUSINESS OF CITY STREJEVA

Abstract: The article discusses the use of virtual tours as a promising form of marketing communications in the hotel business.

Keywords: hotels, hotel business, virtual tours, panoramas.

На современном этапе введения гостиничного бизнеса не достаточно использование стандартного набора маркетинговых коммуникаций. В связи с этим каждое предприятие турбизнеса ищет новые способы продвижения своего продукта. Одним из таких средств современного мира можно назвать виртуальные экскурсии, раскрывающие для клиента полный спектр предоставляемых услуг.

На сегодняшний день PR отдел играет очень важную роль в управлении гостиничным бизнесом, особенно в сложившихся условиях жесткой конкуренции. [1] К одним из элементов PR – рекламы гостиничного бизнеса можно отнести виртуальные туры, которые эффективно влияют на прогрессивную динамику приобретаемых услуг.

Большая часть гостиниц России уже разместила на своем персональном сайте виртуальные экскурсии по инфраструктуре своего отеля, которые активно просматриваются потенциальными клиентами, и ведут к росту посещаемости данной места, но для большинства провинциальных городов это еще остается новым. [2, с. 93]

Москва уже разместила в сети Интернет более 207 виртуальных панорам это не только достопримечательные места города и интересные ландшафты, но также свою нишу здесь занимают и экскурсии по средствам размещения, а именно: по отельным базам и гостиничным комплексам. В процентном соотношении на эту долю приходится 30%.

Город Санкт-Петербург не отстает от столицы России и также активно занимается внедрением IT- технологий в сети Интернет связанных с продвижением гостиничного и ресторанного бизнеса. На начало 2017 года Санкт-Петербург имеет 172 виртуальные панорамы. Большую часть, бесспорно, занимают 3D туры по местам культуры и искусства, а вот на втором месте расположились предприятия гостиничной индустрии, они составляют 32% от общего числа виртуальных панорам. Все остальные показатели в неровной доле разделяются на такие сферы как: развлечения, спорт, учебные заведения, медицинские учреждения и предприятия сервиса.

В Томской области насчитывается пять поселений носящих статус города в это число входит и город Стрежевой. Он является центром добычи газа и нефти. Данная отрасль в городе представлена крупнейшим в регионе предприятием ОАО «Томскнефть», которая активно сотрудничает со специалистами из разных городов России и зарубежных стран. По статистике с целью деловых и рабочих визитов в город ежегодно прибывает 12229 человек. Это говорит о том, что спрос на проживание в городе имеется.

Гостиничный бизнес в Стрежевом еще не имеет четко отработанной системы онлайн-бронирования, а виртуальные туры не разместились ни на одном из сайтов предприятия, в то время как большая часть отелей города

Томска уже практикует эти методы и добивается положительных результатов со стороны бизнес клиентов.

При поддержке торгово-промышленной палаты Стрежевого было проведено исследование на тему: «Состояние и развития гостиничного бизнеса в городе Стрежевой на 2016 год» в рамках реализации государственной программы «Развитие предпринимательства в Томской области на 2015-2020 годы».

Исходя из этого можно сказать, что продвижение услуг гостиничного сектора на Интернет площадках до сих пор занимает лидирующие позиции.

В городе Стрежевом в начале этого года был запущен пробный проект виртуальной экскурсии гостиницы «Кедр» и затем протестирован группой людей в количестве 200 человек, которые относились к разным возрастным категориям. В своих комментариях практически все отметили, что если данное новшество появится на персональном сайте гостиницы, то вероятность бронирования возрастает в два раза. Как правило, по достоинству такое нововведение оценили респонденты в возрасте от 18 до 34 лет. Среди опрошенных 67% пользователей хотели бы, чтобы виртуальных туров в городе появилось больше. Что касается остальных, 26% равнодушны к виртуальным турам, а 7% считают их ненужными.

Таким образом, инновационные технологии активно внедряются в разные сферы туриндустрии. На сегодняшний день гостиничный бизнес находится в условиях жесткой конкуренции, поэтому чтобы спрос на услуги проживания не терял свои позиции предприятиям нужно, активно отслеживать и применять новые маркетинговые средства продвижения.

Список использованной литературы:

1. ГОСТ Р 54606-2011 «Услуги малых средств размещения. Общие требования» // Справочно-правовая система Консультант Плюс. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/popular>. – Дата доступа: 15.05.2017 г.
2. Ветрова А.А. Создание конструктора для разработки виртуальных 2d и 3d экскурсий / Ветрова А.А., Макаренко А.Ю. // Прикаспийский журн.: упр. и высокие технологии. - 2008. - № 2. - 91-95 с.
3. Государственная программа «Развитие предпринимательства в Томской области» [Электронный ресурс] / Официальный веб - сайт органов государственной власти Томской области. - Электрон. дан. - Томск, 2011. - Режим доступа: www.tomsk.gov.ru, свободный.

Дата поступления в редакцию: 31.05.2017 г.

Опубликовано: 02.06.2017 г.

***© Академия педагогических идей «Новация». Серия «Студенческий научный вестник»,
электронный журнал, 2017***

© Падафет Н.С., 2017