

Оценка возможностей российских и зарубежных веб-порталов при организации самодеятельного туризма

Дробитько Мария Андреевна

*Владивостокский Государственный Университет Экономики и Сервиса
студент*

Ким Мен Дя

*Владивостокский Государственный Университет Экономики и Сервиса
студент*

Лаврушина Елена Геннадьевна

*Владивостокский Государственный Университет Экономики и Сервиса
старший преподаватель кафедры информационных технологий и систем*

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы, связанные с развитием самодеятельного туризма в России и подборка информационных ресурсов для осуществления этой деятельности. Приведен анализ популярных зарубежных и российских туристических веб порталов с использованием методов экспертной оценки. На основе метода анализа иерархий выявлены наиболее результативные по выделенным критериям информационные ресурсы.

Ключевые слова: туризм, туристические веб-порталы, самодеятельные туризм, метод анализа иерархий

The Evaluation of Potential in Russian and Foreign Websites Concerning Self-Guided Tourism

Drobitko Maria Andreevna

*Vladivostok State University of Economics and Service
student*

Kim Men Dya

*Vladivostok State University of Economics and Service
student*

Lavrushina Elena Gennady

*Vladivostok State University of Economics and Service
senior lecturer of the Department of Information Technology and Systems*

Abstract

This article provides a view on the development of self-guided tourism in Russia, and also a selection of resources concerning the implementation of such travel. It

gives an analysis of popular foreign and Russian web-sites containing methodology evaluated by experts. Further this article, using the analytic hierarchy process, will show the most productive methods contained in these resources based on selected criteria.

Keywords: tourism, tourism websites, self-guided tourism, analysis of hierarchy method

В настоящее время сфера туризма является одной из наиболее быстро развивающихся отраслей экономики [1, 2]. Сегодня на развитие туристического рынка активное влияние оказывают маркетинговые технологии, одной из сторон которых, являются сети Интернет.

Публикация в интернете, как и обычная публикация на бумажном носителе (книги, газеты, журналы), состоит из упорядоченных страниц, на которых представлен форматированный текст и иллюстрации в виде картинок [3]. Но существенное различие между ними заключается в том, что восприятие информации пользователем можно повысить благодаря таким аспектам как: легкость в поиске, информативность, доступность, инфографика, поисковая оптимизация (вывод интернет сайта на лидирующие позиции в поисковых системах), дизайн, качество удовлетворения пользователя.

Туристические порталы предоставляют пользователям сводки погоды, страноведческую информацию, расписания авиарейсов, информацию о визах, паспортах, ссылки на другие ресурсы, являясь посредниками [2, 4]. Такая многогранность определяет наибольшую популярность именно туристических порталов среди остальных информационных ресурсов [2, 5].

Следует учесть, что большой объем информации со временем делает пользователя избирательным, избалованным, коэффициент удовлетворенности качеством предоставленной информации снижается так как, возникают трудности с ориентацией пользователя в информационном пространстве.

Также стоит обратить внимание на то, что большую популярность обрел такой вид туризма, как самостоятельный (индивидуальный) специфический вид общественной туристской деятельности, осуществляемый на добровольной самостоятельной (любительской) основе. Туристы сами выбирают и разрабатывают маршруты своих путешествий [3].

В результате возникновения экономического кризиса, возрос спрос на самостоятельный туризм, так как потенциальному туристу выгодней воспользоваться информационными интернет ресурсами, чем обращаться в турфирму на прямую, тем самым сэкономить своё время и финансовое обеспечение.

Самостоятельность является значимым признаком социальной активности, следовательно, внутреннем самовыражении личности и группы людей в целом. Турист желает найти самый оптимальный вариант своего путешествия при помощи информационных ресурсов, при этом сэкономить свое время и остаться довольным качеством предоставленной информации.

По статистике возраст от 27 до 35 лет – самый активный период с точки зрения туризма. При этом, как следует из исследования онлайн-трэвел, больше всего российские туристы путешествуют в 29 лет. Доля самой активной для путешествий возрастной группы 27-35 лет составила 25% среди мужчин и 22% среди женщин. Второй по популярности возрастной период для путешествий разнится: для женщин это период с 15 до 27 лет, а для мужчин – от 40 до 50 лет.

Показательно, что в возрасте от 35 до 40 лет россияне путешествуют почти вдвое меньше, чем до 20 и более зрелое поколение. В первом полугодии 2015 года мужчины путешествовали больше женщин: на мужчин приходится 52,3% бронирований, на женщин – 47,7% [6].

Данные Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) говорят о том, что Интернет-ресурсами пользуется преимущественно молодая аудитория: 18-24 года – 34,66%, 25-34 года – 28,93%. Небольшой процент (19,66%) составляют пользователи в возрасте 35-44 года и еще меньше (13,63%) аудитория в возрасте 45-54 года и (3,12%) в возрасте 55+. Основываясь на данных предоставленных выше можно сказать, что пользователями веб порталов являются молодые люди от 20 до 35 лет, студенты, специалисты, руководители подразделений различных компаний, со средним уровнем дохода, которые относятся к Интернету как к источнику актуальной и качественной информации. В то время, как аудитория в возрасте 45-54 года предпочитает традиционные средства массовой информации. Важной особенностью информационных порталов является их способность подстраиваться к разным возрастным целевым группам [6, 7].

Существует множество информационных ресурсов с описанием туристических мест и возможностью бронировать билеты, отели и т.д., при этом пользователям сложно ориентироваться и зачастую затрачивается много сил и времени на поиск своего ресурса. Как показывает практика, в первую очередь, при поиске информации интересуют такие вопросы как полнота и полезность, легкость поиска.

При подборе метода для анализа возможностей туристических порталов необходимо понимать, что у каждого человека есть свои критерии и приоритеты при выборе того или иного ресурса, а значит, необходимо воспользоваться инструментом позволяющим учитывать субъективность суждения и дающим количественную оценку результата сравнения альтернатив. Такую возможность дает метод анализа иерархий [8, 9, 10, 11].

Метод состоит в декомпозиции проблемы на более простые составляющие части дальнейшей обработки последовательности суждений лица, принимающего решения по парным сравнениям. Однако метод анализа иерархий (МАИ) включает процесс синтеза многих суждений, получения приоритетности критериев и нахождения альтернативных решений [10,12, 13, 14, 15].

Используя метод анализа, можно составить обоснованное представление о возможностях использования различных порталов при организации самодеятельного туризма.

Для выявления из ряда популярных российских и зарубежных информационных сегментов, наиболее подходящих по предъявляемым к ним требованиям для организации индивидуального поиска при организации самодеятельного туризма было взято 11 веб-порталов: 6 российских и 5 зарубежных.

Таблица 1 – Описание веб-порталов

Название веб-порталов	Краткое описание
Российские	
Turizm.ru	Портал предоставляет информацию о горящих турах, отелях, авиабилетов, странах.
Etur.ru	Данный веб - портал включает в себя справочную информацию о странах и видах туризма. Большая часть информации состоит из отзывов экспертов о той или иной стране.
Турсводка	На этом веб-портале предоставляется информация о странах, бронирования отелей и авиабилетов, попутчиков.
Страна.ru	Туристический портал предоставляет путеводители по странам, журналы, видео материалы.
Рамблер.Путешествия	Данный туристический портал предоставляет информацию о турах отелях.
Маршруты.ру	Являются официальным партнером Google. На сайте реализована уникальная возможность просматривать трехмерные (3D) топокарты почти всего мира, причем угол просмотра можно изменять, а зону просмотра перемещать. На туристическом портале «Маршруты.ру» размещена вся информация для самостоятельной поездки (карты, маршруты, расписания и билеты, события, места)
Зарубежные	
Budget Travel	Ресурс для экономных туристов. Обеспечивает советами, раскрывает лучшие малозаметные, но при этом интересные места.
Lonely Planet	Ресурс содержащий информация мира и туристических местах. Позволяется также забронировать отель, билет на самолет, тур, арендовать машину. Имеются разделы для экономного туризма, семейного и многое другое.
101 Holidays	Ведущий туристический сайт Англии. Вся информация тщательно изучена и отобрана. Поиск нужного условия путешествия можно осуществлять по различным критериям, таким как месяц, цель, место и т.д.

In your pocket	Сайт предоставляет информацию о 23 странах Европы. Предоставляет бесплатные путеводители по городам в формате PDF
Weather2Travel	Ресурс помогает найти время и места отдыха с лучшими погодными условиями. Сайт работает с крупнейшими организаторами путешествий Англии для предоставления скидок и советов

Был проведен анализ туристических российских и зарубежных веб-порталов с помощью метода анализа иерархий.

Оценка качества предоставленной информации на туристических порталах проводилась по следующим критериям:

1. Популярность – вывод веб-портала на лидирующие позиции в поисковых системах.
2. Информативность - количество предоставляемой информации, а также ее полезность.
3. Доступность – возможность получить информацию без регистрации и бесплатно.
4. Навигация – удобная структура веб-портала, обеспечивающая легкость в поиске необходимой информации.
5. Инфографика - снятие языкового барьера, наличие нескольких языков на сайте, понятность символов.
6. Качество удовлетворение запросов пользователя - чувство удовлетворения полученной информацией.
7. Дизайн - визуальное восприятие веб-портала.

На рисунке 1 продемонстрирована таблица попарного сравнения критериев для определения их весового значения, и, следовательно, значимости при выборе порталов.

Критерии	Популярность	Информативность	Доступность	Навигация	Инфографика	Качество удовлетворения	Дизайн	Оценки компонента собственного	Нормализованные оценки вектора приоритета
Популярность	1	1/2	1/4	1/3	1/3	1/9	1/2	0,359	0,032
Информативность	2	1	1/3	1/2	2	1/8	3	0,820	0,074
Доступность	4	3	1	1/3	1/2	1/8	3	0,960	0,086
Навигация	3	2	3	1	3	1/8	2	1,450	0,130
Инфографика	3	1/2	2	1/3	1	1/9	2	0,807	0,072
Качество удовлетворения	9	8	8	8	9	1	9	6,252	0,562
Дизайн	2	1/3	1/3	1/2	1/2	1/9	1	0,483	0,043
Сумма	24	15,333	14,917	11	16,333	1,708	20,500	11,131	1
Произведение суммы по столбцам и нормализованной оценки вектора приоритета	0,77	1,13	1,29	1,43	1,18	0,96	0,89	L	7,66
								ИС	0,110
								ОС	9,78%

Рисунок 1 – Попарное сравнение критериев оценки веб-порталов

Исходя из полученных результатов, можно сделать вывод, что наиболее важными критериями являются: качество удовлетворения запросов пользователя и навигация.

Также было проведено попарное сравнение веб-порталов по каждому критерию, коэффициент согласования при попарном сравнении по всем критериям не превысил 10%, что говорит о согласованности суждений.

После, согласно алгоритма метода анализа иерархий была составлена матрицы глобальных приоритетов, и определен вектор глобальных приоритетов.

На рисунке 2 приведены итоговые данные для анализа по российским порталам.

Матрица глобальных приоритетов	Популярность	Информативность	Доступность	Навигация	Инфографика	Качество удовлетворения	Дизайн		
	0,0323	0,0737	0,0862	0,1303	0,0725	0,5616	0,0434		
Turizm.ru	0,3269	0,0776	0,4469	0,4118	0,1984	0,2134	0,1134	0,2772	0,1534
Etur.ru	0,0252	0,0002	0,0000	0,0310	0,0613	0,0932	0,0449	0,0888	0,0491
Турсводка.ру	0,0712	0,0040	0,0001	0,1334	0,0787	0,0792	0,1371	0,0613	0,0339
Страна.ру	0,1166	0,0001	0,0000	0,1544	0,1337	0,1257	0,0873	0,1332	0,0737
Рамблер.путешествия	0,2160	0,7922	0,0006	0,1662	0,1352	0,2443	0,3771	0,3302	0,1827
Маршруты.ру	0,2440	0,1259	0,5524	0,1031	0,3926	0,2443	0,2401	0,9165	0,5071
Сумма								1,8071	1

Рисунок 2 – Итоговая информация для сравнения российских веб-порталов

Туристический веб портал «etur.ru» подойдет для тех, кто хочет получить, как можно больше информации о путешествии от экспертов.

«Страна.ру» – Этот веб портал будет интересен тем, кто планирует путешествовать по России, ибо здесь собрана наиболее подробная информация для тех, кто хочет найти интересные места у себя на родине. Фотографии, видео, поиск интересных мест, полезная информация о транспорте и гостиницах.

Туристические порталы «Турсводка», «Turizm.ru», будут интересны тем, кто хочет получить подробную информацию об отелях, авиабилета.

Туристический веб портал «Маршруты.ру» является самым качественным туристическим веб порталом по предоставлению информации для самостоятельного туризма, портал дает возможность создать карту своих путешествий и указать на ней страны, города, реки и горы на которых пользователь побывал. указать маршруты поездов и авиаперелеты, которыми путешествовали. Причем сайт автоматически проложит маршруты поездов по железным дорогам. Также веб-портал предоставляет возможность разработать собственный маршрут путешествия выгодный в экономическом плане.

На рисунке 3 представлены данные для сравнительного анализа зарубежных веб-порталов.

Матрица глобальных приоритетов	Популярность	Информативность	Доступность	Навигация	Инфографика	Качество удовлетворения запросов	Дизайн		
	0,0323	0,0737	0,0862	0,1303	0,0725	0,5616	0,0434		
Budget Travel	0,0688	0,0491	0,0644	0,1573	0,1548	0,1460	0,0715	0,1468	0,1165
Lonely Planet	0,2876	0,4832	0,4211	0,3009	0,2922	0,4673	0,2567	0,4821	0,3824
101 Holidays	0,1242	0,0766	0,1166	0,0545	0,1021	0,0794	0,0781	0,1026	0,0814
In your pocket	0,4774	0,3483	0,3654	0,4152	0,4032	0,2602	0,5241	0,4614	0,3660
Weather2Travel	0,0420	0,0428	0,0324	0,0720	0,0477	0,0470	0,0696	0,0677	0,0537
							Сумма	1,2606	1

Рисунок 3 - Итоговая информация для сравнения зарубежных веб-порталов

В соответствии с проведенным анализом можно сказать, самые оптимальные веб-порталы «Маршруты.ру» и «Lonely Planet».

«Lonely Planet» и «In your pocket» очень информативные веб-порталы с красочным дизайном, предоставляющие удобный и легкий поиск информации.

«Budget Travel» и «Lonely Planet» помогут тем, кто ищет бюджетные варианты путешествий, но при этом не менее запоминающиеся. Сайты содержат множество интересных идей проведения такого отпуска.

Проведенная оценка возможностей отечественных и зарубежных порталов туристической тематики дает возможность рядовому пользователю сети воспользоваться результатами при индивидуальной поисковой работе туров. Также приведенная информация будет полезна и работникам различных туристских фирм, составителям топов информационных ресурсов, маркетологам, работающим в сфере туристического бизнеса.

Библиографический список

1. Есаулова С.П. Информационные технологии в туристической индустрии: Учебное пособие / С.П. Есаулова. – М.: Издательско-торговая Корпорация «Дашков и К», 2014. 152 с.
2. Бочарников В.Н., Лаврушина Е.Г., Блиновская Я.Ю. Информационные технологии в туризме: Учеб. пособие. М.: Флинта: МПСИ, 2013, 358с.
3. Шаховалов Н.Н. Интернет технологии в туризме: Учебное пособие / Н.Н. Шаховалов. – Барнаул: Издательство АлтГАКИ, 2007. 251 с.
4. Грицак Ю.П. Организация самодетельного туризма: Учебное пособие / Ю.П. Грицак. Харьков: Экограф, 2008. 164 с.
5. Остроносова А.С., Мезенцева С.Н., Лаврушина Е.Г. Анализ коммуникационных технологий в информационном

- обществе//Современные научные исследования и инновации. 2014. № 11 .
URL:<http://web.snauka.ru/issues/2014/11/40797>
6. RATA news. Ежедневная электронная газета Российского союза туристической индустрии [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ratanews.ru>
 7. Официальный сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.wciom.ru (дата обращения: 06.03.2016).
 8. Saaty T.L. The analytic hierarchy process. New York: MacGraw-Hill, 1980.
 9. Андрейчиков А.В., Андрейчикова О.Н. Анализ, синтез, планирование решений в экономике: учебник. М.: Финансы и статистика, 2004. 467 с.
 10. Илларионов М.Г. Применение метода анализа иерархий в принятии управленческих решений//Актуальные проблемы экономики и права. 2009. №1. С. 37-42.
 11. Лаврушина Е.Г. Теория систем и системный анализ: учебное пособие / Е.Г. Лаврушина, Н. Л. Слугина; Владивосток. гос. ун-т экономики и сервиса. Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2009. 168 с.
 12. Середенко Н.Н. Развитие метода анализа иерархий (МАИ) // Открытое образование. 2011. №2-1. С.39-48.
 13. Баженов Р.И. О методике преподавания метода анализа иерархий в курсе «Информационная безопасность и защита информации» // Современные научные исследования и инновации. 2014. № 4 (36). С. 76.
 14. Баженов Р.И. О методике обучения проектированию информационных систем будущих менеджеров//Психология, социология и педагогика. 2014. № 8 (35). С. 30-38.
 15. Аникин И. В. Метод анализа иерархий в задачах оценки и анализа рисков информационной безопасности//Вестник Казанского государственного технического университета им. А.Н. Туполева. 2006. № 3. С. 11-18