

## Практичні рекомендації для учнів групи 24

**Майстер Войтенко О.І.**

**Професія:** Агент з організації туризму

Тема 2. Самостійне виконання робіт агента з організації туризму

### 2.8 Робота в мережі Інтернет

**Мета уроку**

**Навчальна:** ознайомити учнів з роботою в Інтернеті

**Виховна:** виховувати в учнів відповідальність, точність, пунктуальність

**Розвивальна:** розвивати логічне мислення і пізнавальний інтерес учнів до обраної професії.

**Інтернет** - це глобальна комп'ютерна мережа, що дозволяє користувачам всього світу обмінюватися інформацією і спільно користуватися комп'ютерними ресурсами. Вона є найбільш потужною інформаційнотехнологічною системою в світі на сьогоднішній день. Інтернет так само є одним з найважливіших інструментів для діяльності туроператорів і турагентів. **По-перше**, інтернет сьогодні - це засіб підтримки зв'язку з авіакомпаніями, готелями і своїми клієнтами. Використання Інтернету в сфері соціальнокультурного сервісу і туризму включає безліч напрямків: отримання доступу до використання сучасних систем комунікації, в тому числі електронної пошти, цифрового телефонного зв'язку і т.д., що істотно знижує витрати туристських підприємств на ведення переговорів, ділової переписки, direct mail та ін .; **По-друге**, це інструмент продажів, так як тур-агенти часто підбирають тури для клієнтів через інтернет, демонструючи фотографії готелів і місць, куди хочуть відправити туристів. Так само можна підібрати зручний рейс і почитати відгуки про цей готель, знайти контактну інформацію з необхідними організаціями та особами. Більш того,

інтернет сьогодні - це так само і місце продажу, де можна розмістити свою рекламу і створити ваш сайт.

*І так, можна виділити наступні можливості:*

- отримання доступу до використання сучасних систем комунікації, в тому числі електронної пошти, цифрового телефонного зв'язку і т.д., що істотно знижує витрати туристських підприємств на ведення переговорів, ділової переписки, direct mail та ін .;
- отримання різних довідкових даних, зокрема по країнам, тарифами, цінами, прогноз погоди в різних точках світу і т.д. в режимі реального часу, що сприяє формуванню якісного турпродукту;
- отримання доступу до глобальних систем бронювання та резервування;
- можливість формування нових маркетингових каналів просування туристичних послуг, зокрема створення власних сайтів фірм, віртуальних туристичних офісів, електронна комерція та ін.

Для туристичного бізнесу в мережі Інтернет застосовується широкий спектр найрізноманітніших послуг, в тому числі пошук будь-туристської інформації за запитом користувача, пошук нових партнерів, реклама, просування і продаж туристичних продуктів і ін. Зупинимо нашу увагу на такому інструменті продажів як сайт, тому що всі інші інструменти сфери ІТ вже використовуються практично скрізь Сайт як інструмент продажів За перевагам українських користувачів Інтернету, туризм стабільно входить в першу десятку. Не відстають від споживчого попиту і туристичні компанії. Свої представництва в Інтернеті мають вже близько третини турфірм. Згідно Глосарію термінів Інтернет, **Веб-сайт** - це одна або більше взаємопов'язаних Веб-сторінок під загальним володінням, управлінням або темою. **Веб-сторінка** - документ, який виставляється в Веб. При перегляді сторінка може займати один або кілька екранів, що досягаються переміщенням вниз і вправо. Серед сторінок, складових сайт, виділяється головна, або домашня, сторінка.

Під домашньою сторінкою розуміють базову головну сторінку, яку показує сервер в разі, коли не вказано ім'я HTML файлу. Домашня сторінка служить для вітання відвідують сторінку, забезпечує вступну інформацію про сайт або направляє користувача до інших сторінок сайту.

*Варто виділити наступні функції сайту турфірми:*

- Інформування клієнтів про наявні тури, забезпечення туристів необхідною інформацією.
- Приведення нових клієнтів, продажу.
- Реклама

Зазначемо основні групи туроператорських сайтів:

- Візитна картка
- Веб – вітрина
- Система "Туроператор - турагент"

**Візитна картка** - найпростіший спосіб представлення фірми. Зазвичай такий сайт має лише кілька сторінок: "Про фірму", "Як нас знайти", "Основні напрямки діяльності". Переваги такого сайту обмежуються його низькою ціною створення і відсутністю необхідності постійного оновлення. **Веб - вітрина** - найбільш поширений сьогодні спосіб надання туристичних фірм в мережі. Являє собою набір веб - сторінок з описами країн, курортів, готелів, які пропонує даний туроператор. На таких сайтах ведуться новинні розділи, з тим або іншим ступенем регулярності з'являються спеціальні пропозиції і гарячі путівки. Для агентств передбачена можливість відправки заявки на електронну пошту. Досить часто зустрічається форма для підписки на лист розсилки спецпропозицій. До класичних, добротню зробленою веб - вітрин можна віднести сайти таких турфірм, як "Русібер", "Интраст-тур", "Пак-Груп", "Чайка-тур", "Хреста-туризм" та ін. Найбільші і просунуті туроператори почали застосовувати внутрішньокорпоративні системи бронювання

своїх турів з використанням мережі Інтернет. Турагент з бази турів, розміщеної в Інтернеті, вибирає одну з пропозицій, заносить свої реквізити, дані на туристів, які потрапляють у внутрішню базу туроператора. При цьому агентство в реальному часі може простежити етапи проходження замовлення, оцінити завантаження готелів, рейсів і т.п. Переваги таких систем очевидні: практично повна автоматизація всіх бізнес-процесів, мінімізація впливу негативних наслідків "людського фактора" (забув заявку підтвердити, факс не відправив і т.п.), оперативна поставка інформації, необхідної агентствам (ціни, stop-sale, завантаження готелів і т.п.).

Сьогодні в Україні кілька сотень турагентств мають свої сторінки в Інтернеті, але реальну віддачу мають лише деякі з них.

Якщо спробувати класифікувати сайти турагентств, то ієрархія буде схожа на сайти туроператорів:

- Візитна картка
- Веб - вітрина
- Туристичний електронний магазин

Перші дві категорії аналогічні і у туроператорів, і у турагентів, єдина відмінність - в спрямованості на різні аудиторії. Агентські сайти потребують більшої реклами, спрямованої на кінцевого споживача. Туристичний електронний магазин - такий вид агентських сайтів тільки починає вимальовуватися на сучасному онлайн-туристичному ринку.

## **ПЕРЕВІРИМО СЕБЕ:**

**Дати відповідь на питання. Зробити конспект та скинути виконане завдання на електронну пошту: olenka.korostil@ukr.net**

- а) Що таке веб-сайт?
- б) Назвіть функції сайту туристичної фірми.
- в) Які є групи туроператорських сайтів?

### ***Завдання:***

1. Ознайомтесь з сайтами 5 туроператорів, напишіть їхні назви та посилання на веб-сайт.
2. Написати 5 відомих готелів Єгипту, Туреччини і Болгарії.