

ПРИНЦИПЫ РАЗРАБОТКИ ВЕБ-САЙТОВ ДЛЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ АГЕНТСТВ

Данная работа посвящена принципам разработки веб-сайтов туристических агентств, с учетом специфики их деятельности.

На сегодняшний день фактически каждое туристическое агентство в той или иной степени представлено в сети Интернет. Путешественники все чаще при поиске необходимой информации о турах обращаются к сайтам туристических агентств. Именно при знакомстве с сайтом у пользователя формируется образ компании, при этом для него качество сайта напрямую связано с качеством предоставляемых услуг. Таким образом, туристические агентства, не серьезно относящиеся к разработке собственного сайта, теряют потенциальных клиентов, а соответственно и прибыль. Создание эффективного сайта становится все более актуальным в современном информационном обществе. Правильное определение типа сайта, его основных функций, уровня интерактивности и дизайна поможет туристическому агентству в расширении клиентской базы, сокращении расходов, повлияет на общую эффективность работы, за счет предоставления принципиально новых услуг.

Основные принципы разработки сайтов в целом можно найти в трудах Дмитрия Кирсанова, Якоба Нильсена, Стивена Круга, чьи работы являются фундаментальными в данной области исследований. Кроме того, Д. Кирсанов в своих работах делает акцент именно на дизайнерскую составляющую сайта [1]. Работы Я. Нильсена посвящены в первую очередь исследованиям юзабилити сайтов, при этом дизайнерская составляющая опускается, акцент делается на удобство пользования [2]. С. Круг описывает принципы создания эффективного сайта, который будет приносить прибыль. Однако его исследования не учитывают в полной мере специфики разработки сайтов для туристических агентств [3]. Приведенный анализ работ ведущих ученых и практиков в области разработки сайтов показал отсутствие: во-первых, взаимопонимания между исследователями в части определения основополагающей базы для проектирования веб-сайтов, а во-вторых, учета специфики сайтов предприятий туристической отрасли. Данное обстоятельство обусловило цель представленного исследования, которая состоит в определении основных принципов разработки сайтов с учетом специфики сферы туризма.

Эффективный сайт туристического агентства должен учитывать две основные составляющие. С одной стороны, сайт это рекламная площадка, визитная карточка компании. Туристическое агентство благодаря сайту имеет возможность предоставить пользователю ту информацию, которую пожелает, например, для саморекламы, информирования о компании, предоставляемых услугах, акциях и скидках. С другой стороны, сайт должен оправдывать ожидания пользователя. Таким образом, при гармоничном сочетании интересов туристического агентства и потенциальных клиентов, сайт будет эффективно выполнять свои основные функции.

Наиболее полно эти две составляющие позволяет реализовать такой ресурс как Интернет-портал, представляющий собой веб-сайт, который позволяет пользователю Интернета использовать различные интерактивные сервисы, работающие в рамках одного веб-сайта, такие как почта, поиск, погода, новости, форумы, обсуждения и т.д. Интернет-портал может выполнять целый ряд функций, способствующих увеличению прибыли, среди них следующие:

- PR- и рекламная площадка предприятия, собственный медиа-канал и информационный носитель;
- торговая площадка;
- инструмент для сбора маркетинговой информации (статистика, опросы, комментарии, отзывы);
- инструмент развития отраслевой базы данных предприятия;
- инструмент увеличения узнаваемости и лояльности к бренду, формирования образа предприятия, как лидера и интегратора рынка;

- инструмент внутреннего маркетинга (поиск и подбор персонала, формирование кадрового резерва);
- инкубатор идей (обсуждения на форуме, публикация предложений, объявление конкурса на поиск решений) [4].

Для пользователя, Интернет-портал интересен, в первую очередь, с точки зрения интерактивности и позволяет ему принимать активное участие в жизни сайта: комментировать статьи, создавать свои альбомы, общаться на форуме и т.д.

Специфика создания сайта для туристического агентства предопределяет основные принципы, которые должны быть реализованы на всех основных этапах его разработки, таких как создание контента, проектирование дизайна, программная реализация и обеспечение соответствия принципам юзабилити, а также тестирование разработки.

С позиции учета основных составляющих эффективного сайта туристического агентства в рамках перечисленных этапов, определены такие основные принципы его разработки:

- Контент сайта туристического агентства должен быть содержательным, актуальным, разнообразным, наиболее полно описывать предлагаемые услуги. Желательно, чтобы сайт был построен и наполнен содержанием так, чтобы клиент, ознакомившись с сайтом туристического агентства, мог определить какой тур он хочет заказать, не требуя дополнительной информации по телефону. Так как контент туристических агентств довольно обширен, то его необходимо структурировать. Выигрышным является использование качественного фотоиллюстративного материала, который лучше стимулирует спрос, нежели текстовый контент.
- Дизайн сайта проектируется для широкой целевой аудитории, и должен быть не навязчивым, но в тоже время запоминающимся. Актуальным и интересным является использование стиля Веб 2.0 при проектировании сайта туристического агентства.
- Так как контент и функциональная нагрузка сайта туристического агентства часто обновляется, а дизайн может на протяжении долгого времени оставаться неизменным, для программной реализации такого проекта лучше использовать систему управления контентом (CMS).
- Сайт должен обязательно пройти юзабилити тестирование. Особое внимание стоит уделять навигации, названию пунктов меню и заголовкам, так как чаще всего потенциальные клиенты туристических агентств бегло просматривают сайт, и не найдя необходимой информации, скорее всего тут же покинут его.

Проведенное исследование показало, что для разработки эффективного сайта туристического агентства должны быть учтены требования компании к функциональной нагрузке и ожидания пользователей. Наиболее полную реализацию этих составляющих обеспечивает разработка Интернет-портала, созданного с учетом специфики требований к контенту, дизайну, юзабилити и программной реализации сайта туристического агентства. В условия большой конкуренции только системный подход к разработке веб-сайта позволит туристическому агентству предоставлять новые виды услуг и привлекать новых клиентов.

Список литературы:

1. Веб-дизайн: книга Дмитрия Кирсанова / Кирсанов Д. — СПб: Символ-Плюс, 2006. — 376 с.
2. Веб-дизайн: книга Якоба Нильсена / Нильсен Я.; [пер. с англ. И. Вихревой, Т. Морозовой, Е. Пуцима] — СПб: Символ-Плюс, 2007. — 512 с.
3. Веб-дизайн: книга Стива Круга или «не заставляйте меня думать!» / Круг С.; [пер. с англ. Ю. Асотова] — СПб: Символ-Плюс, 2005. — 200 с.
4. Жалевич А. Отраслевой Интернет-портал – эффективный инструмент маркетинга, продвижения, рекламы и PR предприятия [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.advertology.ru/article65766.htm>