

Тугузбаев Андрей Вадимович

студент

Борисова Ольга Владимировна

студентка

ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет (НИУ)»

г. Челябинск, Челябинская область

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗРАБОТКИ И ВНЕДРЕНИЯ ВЕБ-САЙТА ДЛЯ СРЕДСТВА РАЗМЕЩЕНИЯ ТИПА «ГОСТЕВОЙ ДОМ»

***Аннотация:** в статье приведена оценка влияния наличия собственного веб-сайта у гостевого дома на его имидж, на популярность среди аналогичных средств размещения, на конкурентоспособность на рынке гостиничных услуг. Посредством анкетирования клиентов гостевого дома «Лайтхаус Гестхаус» выявлено, что наличие собственного веб-сайта положительно сказывается на имидже гостиницы, туристы считают такое средство размещения более надежным и отдают ему предпочтение. Проведенное исследование показывает, что грамотно созданный собственный веб-сайт средства размещения может являться хорошим инструментом реализации стратегии по привлечению клиентов на рынке гостиничных услуг.*

***Ключевые слова:** веб-сайт, анкетирование, средства размещения, конкуренция на рынке, гостиничные услуги.*

Настоящие реалии таковы, что в период постпандемии остается весьма глобальной проблема привлечения новых клиентов в средства размещения по всему миру, если еще крупным сетевым отелям и гостиницам, имеющим высокий класс звездности, удастся справиться с кризисной ситуацией в какой-то степени, то средствам размещения, более низкого класса звёздности, либо вообще его не имеющим, куда сложнее: многие вынуждены уходить с рынка, не имея возможности конкурировать с более крупными конкурентами. Таким средствам размещения необходимо искать новые способы привлечения клиентов за счет создания конкурентных преимуществ на рынке гостиничных услуг. В век развития

цифровых технологий и активного внедрения автоматизации процессов в работу предприятий, одним из таких способов является создание собственного веб-сайта предприятия, который дает весомое конкурентное преимущество, поскольку является прямым инструментом информирования между средством размещения и клиентом.

Рассмотрим ситуацию на примере одного из гостевых домов, расположенного на острове Занзибар в Республике Танзания. Для проведения исследования был выбран гостевой дом «Лайтхаус Гестхаус», расположенный в районе Нунгви (северный Занзибар). Поскольку данный район является одним из популярных туристских дестинаций, то конкуренция у гостевого дома очень высокая, только в радиусе 100 метров находится более 35 средств размещения [1]. А ситуация с туристскими потоками остается в плачевном состоянии, так как ограничительные меры, связанные с распространением вируса covid-19, серьезно снизили турпоток на остров. В сложившейся ситуации руководству гостевого дома было предложено решение о реализации проекта по созданию собственного веб-сайта.

Для оценки эффективности разработки и внедрения веб-сайта для гостевого дома был проведен анкетированный опрос постояльцев гостевого дома «Лайтхаус Гестхаус» в период с января по март 2021 года. Для анкетирования пользователей, потенциальных клиентов разрабатываемого веб-сайта была создана анкета, которая состоит из 6 закрытых вопросов. Вопросы анкеты и варианты ответов представлены в таблице 1. Анкетирование проводилось в письменной форме на бумажном носителе. В анкетировании приняли участие 100 человек. Анкета была составлена на трех языках: суахили, английский и русский для удобства анкетлируемых.

Таблица 1

Анкета

№	Вопрос	Варианты ответов		
1	Как вы бронировали проживание в данном гостевом доме?	По телефону	Через турагентство	Через сайт-агрегатор
2	Если бы у гостевого дома был свой сайт, вы бы воспользовались контактами на	Да	Нет	Затрудняюсь ответить

	нем, чтобы забронировать проживание?			
3	При просмотре сайта гостевого дома, какая информация для вас наиболее важна?	Реальные фотографии и описание гостевого дома	Реальные отзывы от проживающих	Прямые контакты гостевого дома
4	В чем вы видите преимущества при бронировании напрямую у гостевого дома?	Не нужно переплачивать посредникам	Еще до бронирования можно напрямую связаться гостиницей и уточнить необходимую информацию	Оба перечисленных варианта
5	Какое цветовое решение для сайта гостевого дома для вас было бы предпочтительно?	Спокойные нейтральные цвета	Яркие и пестрые цвета, привлекающие внимание	Строгое цветовое оформление в деловом стиле
6	Доверяете ли вы больше гостиничному предприятию, если у него есть свой сайт?	Да	Нет	Затрудняюсь ответить

Согласно результатам анкетирования 100% опрошиваемых произвели бронирование через сайт-агрегатор, типа «Booking.com». 86% респондентов отметили, что при наличии у гостевого дома собственного сайта с контактами произвели бы бронирование напрямую, без посредников. На вопрос какая информация наиболее важна для вас при просмотре сайта гостевого дома, 72 процента анкетированных ответили, что прямые контакты гостевого дома, 4% – реальные отзывы, 24% – реальные фотографии и описание. На вопрос о преимуществах бронирования напрямую у гостевого дома 100% опрошенных выбрали ответ «оба варианта». За спокойные нейтральные цвета высказались 87% опрошенных, за яркие и пестрые цвета – 11% опрошенных, 2% – за строгое деловое оформление. На вопрос о доверии гостиничному предприятию при наличии собственного сайта высказались 93% респондентов, затруднились ответить на данный вопрос 7%.

В результате проведенного анкетирования можно сделать вывод, что большинству пользователей наличие собственного веб-сайта у гостевого дома «Лайтхаус Гестхаус» было бы удобным, и они бы активно им пользовались, читая необходимую информацию, связываясь напрямую без посредников. Также наличие

собственного сайта у гостевого дома создало бы определенный имидж гостиничному предприятию, вызывая большее доверие со стороны клиентов, повысило бы его конкурентоспособность на рынке региона. Таким образом, учитывая данные опроса можно сказать, что создание собственного сайта гостевому дому в настоящий момент необходимо, так как собственный веб-сайт влияет положительно на конкурентоспособность гостевого дома, являясь конкурентным преимуществом по отношению к другим средствам размещения. Можно отметить, что в настоящее, кризисное для мировой гостиничной индустрии время, разработка и внедрение собственного веб-сайта послужит хорошим инструментом привлечения новых клиентов в реализации стратегии развития предприятия в целом.

Список литературы

1. Карта Занзибара с пляжами и отелями (Танзания). Гугл карты [электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.google.ru/maps/d/viewer?mid=1lOqIQIdT5BTw0RNNNeKSRon1aQN4&hl=ru&ll=-5.725168580998492%2C39.3000483007306&z=18>