

РЕКЛАМА ТУРИСТИЧНИХ АГЕНТСТВ У МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

Цукіло Г.С., гр. МО-19

Наукові керівники: канд. фіз.-мат. наук, доц. Рибін О.М.,
асист. Кочарова Т.Р.

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Туризм, реклама, Інтернет нерозривно зв'язані один з одним. Затребуваність Інтернет реклами туристичних фірм у першу чергу пов'язана з тим, що з кожним днем усе більше людей активно використовують Інтернет для того, щоб знайти потрібен їм товар або послугу. І туристичний бізнес – не виключення, тому реклама турфірм, реклама туризму, реклама сайтів турфірм в мережі стає усе більше актуальною. Споживачі туристичного ринку відчують потребу в інформації (докладні описи, фотографії, відкликання), що не здатні задовольнити ні друковані видання, ні тим більше такі засоби масової інформації, як телебачення й радіо.

Ринок туризму в Інтернет безупинно еволюціонує, освоює нові технічні можливості, створює й розширює рекламні площі.

Інтернет – дуже гнучке рекламне середовище, що надає різні можливості для реклами тур фірм. Перший крок до успішної Інтернет реклами туристичного агентства – розробка туристичного сайту, після – просування, що може містити в собі різні способи й види Інтернет – реклами. У туризмі найчастіше використовуються: контекстна реклама; банерні покази; публікація статей.

В роботі проведено огляд Інтернет-сайтів туристичних фірм і способів їхнього просування. Крім того, проведено дослідження в наступних напрямках:

- фактори, що впливають на ефективність реклами на конкретному сайті в конкретний час;
- засоби оцінки потоку користувачів, що звернули увагу на сайт туристичної фірми.

Величезна конкуренція ринку туристичної реклами в Інтернет є найбільш переконливим доказом того, що реклама туристичної фірми в Інтернет дає відчутні результати при мінімальній вартості.

Туристичні агентства повинні індивідуально виділити пріоритетні напрямки, на яких буде будуватися рекламна кампанія, щоб мати всі можливості перемогти в конкурентній боротьбі.