

**Шабанова М.В.**

БГЭУ, ФВШТ, группа ДТГ-2,2 курс

## **ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ**

Популярность и возможности использования социальных сетей за последние 6 лет (2007–2012 гг.) заметно возросли, и социальные сети стали использовать не только в качестве средства коммуникации. Возможности использования социальных сетей становятся всё более разнообразными как для клиентов, так и для компаний. В результате постепенно изменяются и совершенствуются и способы их использования. Определение и анализ возможностей применения социальных сетей в продвижении товаров, услуг, организаций способствует совершенствованию деятельности туристических компаний. Проведённое автором исследование посвящено использованию ресурсов сети Интернет бизнесом с целью получения информации из социальных медиа для развития и продвижения компаний.

Целью научного исследования автора является выявление методов и активности применения социальных медиа для продвижения туристическими компаниями Республики Беларусь. Объектом исследования – социальные медиа и инструменты их использования, применяемые туристическими компаниями.

Автором была ограничена исследуемая область применения социальных сетей белорусскими организациями туристической отрасли. Исследование показало, что каждая исследуемая туристическая компания имеет свой официальный сайт. Оценка сайтов проводилась автором по следующим критериям: удобство навигации, наличие форм обратной связи, форм онлайн-бронирования, функции ведения расширенного поиска по сайту, каталога туров с возможностью самостоятельного подбора пользователем подходящего тура.

Из 13 исследованных автором компаний 85% зарегистрированы в социальных сетях, при этом 69% зарегистрированных в социальных сетях компаний имеют профиль в Facebook, 62% – в Vk.com, 46% – в Twitter, 8% – в

Odnoklassniki.ru, 15% – в YouTube. Как правило, на официальных сайтах туристических компаний представлена информация о тех социальных сетях, в которых они зарегистрированы, но эта информация может быть неполной

Для упрощения работы в социальных сетях могут применяться социальные агрегаторы – программы, либо онлайн-сервисы, которые предоставляют информацию из разных социальных сетей в более удобном виде на одной странице [1]. Например, Friend Feed [2] – агрегатор информации из различных социальных сетей, блогов, микроблогов и прочих сервисов – позволяет читать на одной странице более 30 таких сервисов как Twitter, Facebook и др. Распространёнными в 2012 году стали также сервисы для мониторинга социальных сетей. Например, система для профессионального мониторинга русскоязычных социальных медиа YouScan [3], которая отслеживает упоминания искомых брендов, продуктов, конкурентов в блогах, форумах, социальных сетях и представляет результаты мониторинга в удобном интерфейсе.

Таким образом, можно утверждать, что сеть Интернет активно используется представителями туристических компаний Республики Беларусь. Это подтверждает тот факт, что исследованные компании имеют не только официальные сайты, которые удобны в использовании и адаптированы для настоящих и потенциальных клиентов, но и зарегистрированы в социальных сетях (85% исследованных компаний), и активно используют их (81% исследованных компаний).

#### **Список использованных источников**

1. «Социальные агрегаторы – часть 1» / Режим доступа: <http://socnetfor.com/sotsialnyie-agregatoryi/> – Дата доступа: 09.04.2013.
2. «FriendFeed» / Режим доступа: <http://friendfeed.com/> – Дата доступа: 18.03.2013.
3. «YouScan – мониторинг социальных медиа (Юскан)» / Режим доступа: <http://www.youscan.ru/> – Дата доступа: 18.03.2013.

БДЭУ Беларуска дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.  
БГЭУ Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.

BSEU Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by>      [elib@bseu.by](mailto:elib@bseu.by)