

УДК: 338.48

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРИОРИТЕТНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ В ТУРИЗМЕ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ СРЕДСТВОМ GOOGLE TRENDS

А. В. Столяренко, А. С. Мельничук¹

В данной работе было исследовано несколько популярных запросов в поисковой системе Google, с целью выявления приоритетных туристических направлений в Республике Крым, по средством Google Trends.

Ключевые слова: *запрос, туризм, Google.*

Развитие информационных технологий в сфере туризма привело к формированию нового вида экономической деятельности — электронного предпринимательства. Данные технологии используют возможности сети интернет для получения прибыли. Сеть интернет предоставляет субъектам туристского рынка некую платформу для взаимодействия между собой.

Интернет представляет собой информационно-коммуникационную систему, которая использует телефонные и компьютерные сети для передачи данных в формате HTML по протоколу TSP/IP.

На сегодняшний день интернет является широко используемым средством для передачи информации на международном уровне. Создаются новые, оптимизированные и удобные системы бронирования средств размещения, трансфера, услуг развлечения и т.д. Так же создаются поисковые системы, как для туроператоров и турагентов, так и для туристов, на которых предоставлена информация о наличии и доступности тех или иных туров, экскурсий и т.д. Таким образом, весь комплекс вышеперечисленных вопросов становится актуальным для организации текущей и будущей деятельности туристских предприятий [2, 3].

Отечественные и зарубежные авторы, такие как Родигин Л.А., Наймарк К.В., Уокер Д. и другие считают, что интернет значительно изменил пространственные и временные масштабы ведения туристской деятельности. По их мнению, «интернет — это глобальное средство коммуникаций, не имеющее каких-либо территориальных ограничений, при этом стоимость доступа к информации не зависит от удаленности от нее» [1, с. 10]. Таким образом, интернет позволяет даже мелким посредникам туристского рынка достигать глобального присутствия в мировом масштабе. Так же в среде интернет временные рамки отличаются от реальных. Например, интернет позволяет оптимизировать время на принятие решений руководства турфирм; предоставить информацию по конкретному туристскому объекту круглосуточно. Большим преимуществом использования интернета в турфирмах является его гибкость, которая позволяет изменять информацию и тем самым поддерживать актуальность без затрат на ее распространение.

По исследованиям ВЦИОМ (Всероссийский центр изучения общественного мнения) [5] в 2017 году, ежедневных пользователей сети интернет с каждым годом становится все

¹ *Столяренко Алена Владимировна* — к.э.н., доцент кафедры менеджмента и туристского бизнеса Гуманитарно-педагогической академии (филиал в г. Ялте) ФГАОУ ВО «Крымский Федеральный университет имени В. И. Вернадского»

Мельничук Алена Сергеевна — студентка 21 МН группы, направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент» Гуманитарно-педагогической академии (филиал в г. Ялте) ФГАОУ ВО «Крымский Федеральный университет имени В. И. Вернадского»

больше. Доля пользователей сети интернет к концу 2016 года достигло 54%, на сегодняшний день рост пользователей продолжается [5]. Результаты исследований представлены в таблице 1. Таким образом, мы видим, что с каждым годом число пользователей увеличивается. Это способствует наибольшей вероятностью, определенная часть людей интересуется и сферой туризма.

Таблица 1 — Интенсивность пользования интернетом

Варианты ответов	Пользуетесь ли Вы интернетом, и если да, то как часто?					
	IV квартал 2015	I 2016	II квартал 2016	III квартал 2016	IV квартал 2016	I-II квартал 2017
Ежедневно	52	53	55	51	54	56
Несколько раз в неделю	13	12	13	14	13	13
Несколько раз в месяц	5	4	4	4	4	5
Не реже 1 раза в полгода	2	1	1	1	1	2
Не пользуюсь	28	29	28	30	28	24
Затрудняюсь ответить	0	0	0	0	0	0

Далее рассмотрим статистику изучения запросов в направлении туристской тематики, связанной с Крымом. Произведем это с целью выявления наиболее проблемных сфер деятельности туризма.

Сектор туризма, в поисковых системах российского интернета, является наиболее развитым и популярным среди пользователей.

Рассмотрим запросы в поисковую систему Google Trends «лечение в Крыму», «отдых в Крыму» и «туры в Крым».

Данные запросы были выбраны по специфике предоставляемых туристских услуг Крыма. Приоритет

Исследование проводилось на основе статистических данных системы Google Trends, по следующим критериям:

- динамика популярности запроса (за период 2012–2015 гг., 1 год и текущая неделя). Выбранный временной диапазон обусловлен тем, что в 2014 году в Крыму произошел референдум по вопросу вступления Республики Крым и города Севастополь в состав Российской Федерации;

- популярность по субрегионам;

Таким образом, мы исследовали динамику туристского интереса российских граждан по отношению к Крыму. Результаты представлены в таблицах 2-4.

Рассмотрим динамику популярности запросов под названием «отдых в Крыму», «лечение в Крыму» и «туры в Крым».

Из данной таблицы мы можем увидеть, что за два года, предшествующих референдуму, интерес российских граждан к отдыху в Крыму был высоким. На протяжении 2013 года произошел значительный спад количества запросов по всем трем параметрам. Это могло быть обусловлено тем, что в данный период наблюдалась напряженная политическая ситуация в Российской Федерации. Однако после референдума интерес к Крыму постепенно восстанавливается.

Таблица 2 — Интенсивность пользования интернетом*

Вид запроса	Период			
	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
«отдых в Крыму»	14,2	8,5	13,8	14,3
«лечение в Крыму»	0,1	0,0	0,16	0,0
«туры в Крым»	1,7	1,3	3,6	5,0

*количественный результат представлен средним за год запросов

В 2016 году популярность запросов по данным параметрам наиболее высока перед летним сезоном. Данный фактор с одной стороны положительно влияет на экономику Крыма, с другой стороны, это поддерживает фактор сезонности, который негативно влияет на экономику полуострова, в частности, южного берега Крыма.

Таблица 3 — Интенсивность пользования интернетом

Вид запроса	Период			
	весна	лето	осень	зима
«отдых в Крыму»	62,0	66,7	10,4	10,4
«лечение в Крыму»	1,5	1,4	0,7	0,2
«туры в Крым»	32,5	42,8	5,8	4,4

Таблица 4 — Динамика запросов за текущую неделю

Вид запроса	Период						
	6.04.2017	7.04.2017	8.04.2017	9.04.2017	10.04.2017	11.04.2017	12.04.2017
«отдых в Крыму»	16,3	23,9	21,3	24,9	24,9	20,1	22,6
«лечение в Крыму»	0,0	0,6	0,3	0,2	0,6	0,2	0,6
«туры в Крым»	10,7	12,1	10,8	11,7	10,9	12,3	11,1

На основе информации о количестве запросов, было выявлено, что больший интерес проявлен к такому запросу, как «отдых в Крыму». И наиболее частые запросы были сделаны в ночной период времени. По нашему мнению, это обусловлено рабочим днем и загруженностью людей.

Таким образом, можно сделать следующий вывод по данным, которые выше приедены в таблицах. Интерес людей к Крыму возрастает с каждым днем, однако интерес относительно узконаправлен, что не позволяет расширенно развивать другие направления в сфере туризма.

Рассмотрим интерес к вышеуказанным запросам в разрезе регионов Российской Федерации, стран СНГ и некоторых стран Европы за прошедшую неделю. Задача при этом — установить, насколько популярен Крым по запросам в поисковой системе Google. Результаты приведены в таблицах 5-6.

Таблица 5 — Популярность запросов по субъектам Российской Федерации

Вид запроса	Субъекты Российской Федерации			
	Ямало-Ненецкий автоном. округ	Архангельская область	Республика Коми	Краснодарский край
«отдых в Крыму»	100	72	67	14

В данной таблице были выбраны те субъекты Российской Федерации, которые проявили за прошедшую неделю (6.04 — 12.04.2017г.) наибольший интерес к данному запросу. Предшествующие запросы (такие как «лечение в Крыму» и «туры в Крым») были исключены в связи с минимальным интересом и значением 0.

Таким образом, мы наблюдаем, что отдыхать в Крыму планирует и интересуется восточная и северная часть России. Для сравнения были взяты такие субъекты РФ, как Ямало-Ненецкий автономный округ, Архангельская область, Республика Коми и Краснодарский край. Это обусловлено рядом причин, а именно: по статистике, приведенной в Google Trends, первые три субъекта проявили повышенный интерес к данному запросу; Краснодарский край был выбран по причине схожести сферы деятельности. Тем самым, мы видим, что в интерес к Крыму достаточно невелик, однако он растет в определенных субъектах РФ.

Интерес также проявляется в таких странах, как Россия, Украина, Белоруссия, Казахстан, Чехия и Германия за этот же период времени.

Таблица 6 — Популярность запросов в странах СНГ и некоторых стран Европы.

Вид запроса	Страны					
	Россия	Украина	Казахстан	Белоруссия	Чехия	Германия
«отдых в Крыму»	100	37	10	84	32	1
«лечение в Крыму»	4	4	-	-	-	-
«туры в Крым»	32	4	5	17	10	-

Проанализировав данные таблицы, можно сделать промежуточный вывод, что интерес к Крыму проявляет по большей мере страны СНГ и единственный запрос по отдыху был выявлен в Германии. Однако был зафиксирован интерес пользователей интернета из Чехии, которые делали поисковые запросы, касающиеся Крыма как одного из мест отдыха.

Туристским фирмам рекомендуется проанализировать статистические данные такими средствами как: Google trends, Wordstat.Yandex (на базе Яндекс), Wordstat.Rambler (на базе Рамблер) и т.д. за последнее время, для создания потенциального портрета туриста. Это обусловлено тем, что на данных ресурсах можно найти самую актуальную информацию интересующую туристских фирмы, чтобы спрогнозировать будущий спрос на турпакеты.

Таким образом, при помощи Google Trends [4], как средства информационно-коммуникационных технологий, мы выяснили, что после референдума интерес к Крыму как к курортному региону постепенно возрастает. Однако лечение и профилактика болезней органов дыхания и опорно-двигательного аппарата не интересует людей, в отличие от времен СССР. Это обусловлено тем, что Крым на много отстал по развитию в данной отрасли, как например, от санаториев на Кавказе, некоторых районов Одессы, а также Алтайской республики. Крым непосредственно стал специализироваться на курортном отдыхе.

Литература

1. Родигин Л. А. Интернет-технологии в туризме и гостеприимстве: лекции: учебное пособие / Л. А. Родигин, Е. Л. Родигин. — Советский спорт, 2014. — 208 с.
2. Столяренко А. В. Информационно-коммуникационная среда туристско-рекреационного предприятия Крыма / А. В. Столяренко, Мухин Д. Э. — Таврический научный обозреватель. 2017. № 1 (18). С. 54-57. — Режим доступа : https://elibrary.ru/download/elibrary_28784370_34365975.pdf
3. Столяренко А. В. Информационные системы как основа туристского бизнеса // А. В. Столяренко, Г. Г. Жернакова // Научно-методический электронный журнал «Концепт». — 2017. — № 5. — Режим доступа : <https://e-koncept.ru/2017/170103.htm>
4. Статистический сервер на базе Google [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://trends.google.ru/trends/>
5. Всероссийский центр изучения общественного мнения [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://wciom.ru/>

RESEARCH OF PRIORITY DIRECTIONS IN TOURISM OF THE REPUBLIC OF CRIMEA WITH GOOGLE TRENDS

Stolyarenko A.V., Melnychuk A.S.

Stolyarenko Alena Vladimirovna — Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Management and Tourism Business Department, Crimean Federal University named after V.I. Vernadsky, alyonastolyarenko@gmail.com

Melnichuk Alena Sergeevna — Student of 21 MN groups, direction of training 38.03.02 "Management", Crimean Federal University named after V.I. Vernadsky

Abstract. In this paper, several popular searches in the Google search engine were investigated, in order to identify priority tourist destinations in the Republic of Crimea, using Google Trends.

Keywords: query, tourism, Google.

References

1. Rodigin L. A. Internet-tehnologii v turizme i gostepriimstve: lekicii: uchebnoe posobie / L. A. Rodigin, E. L. Rodigin. — Sovetskij sport, 2014. — 208 s.
2. Stoljarenko A. V. Informacionno-kommunikacionnaja sreda turistsko-rekreacionnogo predpriyatija Kryma / A. V. Stoljarenko, Muhin D. Je. — Tavricheskij nauchnyj obozrevatel'. 2017. № 1 (18). S. 54-57. — Rezhim dostupa : https://elibrary.ru/download/elibrary_28784370_34365975.pdf
3. Stoljarenko A. V. Informacionnye sistemy kak osnova turistskogo biznesa // A. V. Stoljarenko, G. G. Zhernakova // Nauchno-metodicheskij jelektronnyj zhurnal «Koncept». — 2017. — № 5. — Rezhim dostupa : <https://e-koncept.ru/2017/170103.htm>
4. Statisticheskij server na baze Google [Jelektronnyj resurs]. — Rezhim dostupa: <https://trends.google.ru/trends/>
5. Vserossijskij centr izuchenija obshhestvennogo mnenija [Jelektronnyj resurs]. — Rezhim dostupa: <https://wciom.ru/>