

## ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

**Д.В. Новикова**

бакалавр

**И.С. Михина**

канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса  
Владивосток, Россия*

*В статье рассматривается роль социальных сетей в деятельности гостиничных предприятий. Анализируются результаты опроса, выявляются популярные социальные сети для продвижения гостиничных услуг.*

**Ключевые слова и словосочетания:** социальные сети, инструменты продвижения, гостиничные услуги, продвижение гостиничных услуг, маркетинг.

## IDENTIFYING CONSUMER PREFERENCES FOR USING SOCIAL NETWORKS TO PROMOTE HOTEL SERVICES

*The article discusses the role of social networks in the activities of hotel enterprises. The results of the survey are analyzed, and popular social networks for promoting hotel services are identified.*

**Keywords:** social networks, promotion tools, hotel services, promotion of hotel services, marketing.

На сегодняшний день продвижение в социальных сетях активно входит в структуру маркетинговой деятельности гостиничных предприятий. Данный инструмент продвижения привлекателен тем, что требует небольшое количество финансов, так как капитальные вложения – минимальны. В связи с этим продвижением в социальных сетях пользуются не только крупные международные сети, но и небольшие гостиничные предприятия.

Основными причинами популярности социальных сетей, по мнению специалистов считаются:

- развитие привязанности к использованию мобильных устройств и Интернета;
- рост услуг связи и расширение внедрения смартфонов и планшетов;
- уменьшение стоимости мобильных услуг;
- повышение доли мотивированной аудитории за счет распространения Wi-Fi и 4G-Интернета.

Мнения экспертов подтверждают данные, представленные на рис. 1.

В наше время смартфоны являются самым популярным и распространенным видом мобильных устройств. На рисунке 2 видно, что количество пользователей, которые используют смартфонами, повышается с каждым годом. Тем временем, с 2013 по 2017 годы количество пользователей, которые используют планшет, идет плавно на повышение, но с 2017 года по 2019 количество резко понижается, так как планшеты являются менее удобным гаджетом, чем смартфон.



Рис. 1. Использование мобильного интернета в России в 2013–2019 гг., в процентах [1]

Целью исследования является оценка возможностей и перспектив использования социальных сетей для продвижения гостиничных услуг. Анализируются и выявляются причины популярности социальных сетей. Данный анализ был проведен на основе метода экспертных оценок и анкетирования.

Социальная сеть – интернет-площадка, сайт, который позволяет выставлять информацию о себе или продукте, контактировать между собой на дальних расстояниях, устанавливая социальные связи.

С помощью социальных сетей получилось решить актуальную проблему. Буквально недавно было сложно связаться или найти своих родных, одноклассников и знакомых. В наше время все кардинально изменилось. Существует много платформ, на которых можно разместить или найти любую информацию, найти людей и обзавестись новыми знакомыми.

Социальные сети – источник большого дохода для людей, которые их разработали. Существует несколько платформ социальных сетей, среди которых можно выделить самые популярные:

«ВКонтакте» – российская социальная сеть, которая позволяет пользователям общаться, отправлять сообщения, создавать сообщества, обмениваться видео- и аудиозаписями, изображениями [2].

«Facebook» – международная сеть, в которой создаются собственные пользовательские профили для взаимосвязи с другими пользователями данной сети. Так же сеть «Facebook» предоставляет возможность приглашать друзей для участия в событиях, делиться фотографиями, обмениваться сообщениями лично и публично, оставляя записи на «стене». Еще, пользователи «Facebook» могут объединяться в группы, по своему желанию[3].

«Twitter» – социальная сеть для публичного обмена короткими сообщениями. В данной сети используется веб-интерфейс, SMS, средства мгновенного обмена сообщениями и сторонние программы-клиенты. Сеть «Twitter» является абсолютно бесплатной [4].

«YouTube» – самый популярный и большой видеохостинг, с помощью которого пользователи могут хранить видеоролики, также добавлять, смотреть, комментировать и делиться ими. Социальная сеть «YouTube» содержит различные видеозаписи, такие как: художественные, профессиональные и документальные видео, мультфильмы, видеоблоги, клипы, любительские видеозаписи и т.д. [5].

«Instagram» – приложение для обмена фото и видео с элементами социальной сети. Позволяет снимать фото и видео, применять к ним фильтры, распространять. В данной сети можно создавать как собственные аккаунты, так и рабочие. Через эту сеть преподносят свои товары и услуги многие предприятия [6].

Для того, чтобы понять, какие социальные сети используют потребители гостиничных услуг при выборе гостиницы, был проведен анонимный опрос состоящий из 7 вопросов. Были привлечены люди разной возрастной категории.

Результаты опроса приведены ниже:



Рис. 2. Пол респондентов

Среди опрошенных, ответивших на этот вопрос, было приблизительно одинаковое количество женщин (52,5) и мужчин (47,5). Опрошенных было почти одинаковое количество для того, чтобы результаты опроса были объективны.

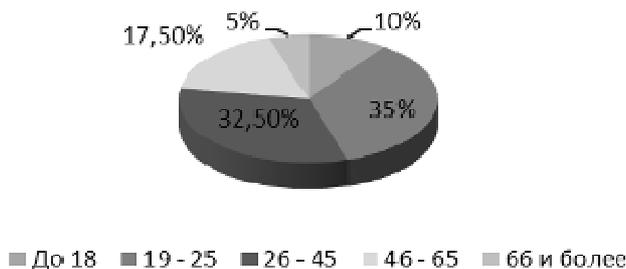


Рис. 3. Возрастная категория респондентов

Из опрошенных, больше всего респондентов было возрастной группы 19–25 лет (35%), почти столько же опрошенных было в возрасте 26–45 лет (32,5%). Намного меньше респондентов было в возрасте 46–65 лет (17,5%), так же до 18 лет (10%) и более 66 лет (5%). Респондентов 19–25 лет и 26–45 лет больше, так как люди данного возраста более коммуникабельны.



Рис. 4. Род деятельности респондентов

По результатам этого вопроса видно, что половина респондентов трудоустроенные люди (50%), которые, скорее всего, часто ездят в командировки и пользуются гостиничными услугами. Студентов и безработных одинаковое количество (15%). Так же 10% опрошенных были школьники.

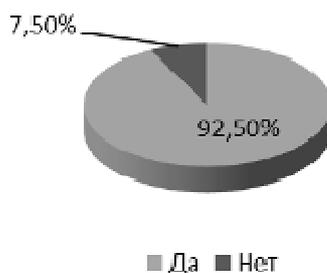


Рис. 5. Распределение ответов на вопрос «Пользуетесь ли Вы социальными сетями?»

В наше время почти каждый человек пользуется Интернетом и ищет информацию через социальные сети, поэтому количество респондентов, ответивших «Да» намного больше (92,5%), чем тех, кто ответили «Нет» (7,5%).

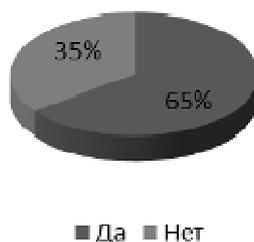


Рис. 6. Распределение ответов на вопрос «Выбираете ли Вы гостиничные услуги через социальные сети?»

Большая часть респондентов выбирают гостиничные услуги через социальные сети (65%), но, к сожалению, многие гостиницы не используют данный метод продвижения своих услуг. Меньшая часть опрошенных (35%) ответили, что не пользуются социальными сетями при выборе гостиничных услуг, в них ходят так же те, кто не пользуются социальными сетями вообще.

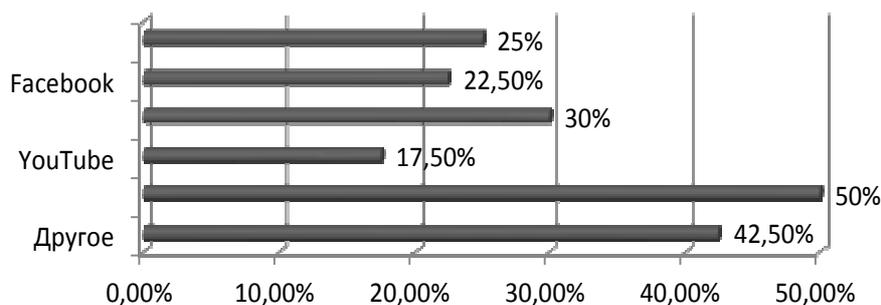


Рис. 7. Распределение ответов на вопрос «Какими социальными сетями Вы пользуетесь при выборе гостиничных услуг?»

Самая популярная сеть, среди опрошенных, при выборе гостиничных услуг – Instagram (50%). Эта сеть сейчас развивается со стремительной скоростью, многие даже зарабатывают через эту социальную сеть. Так же большое количество респондентов (42,5%) используют другие социальные сети при выборе гостиничных услуг. Самая непопулярная сеть – YouTube, ее выбрали 17,5% опрошенных.

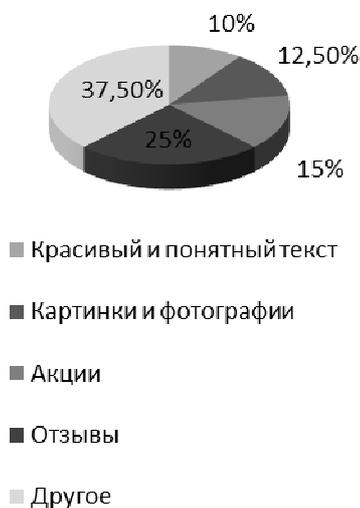


Рис. 8. Распределение ответов на вопрос «На что Вы обращаете внимание при выборе гостиничных услуг в социальных сетях?»

Чаще всего, опрошенные, при выборе гостиничных услуг в социальных сетях обращают внимание на отзывы (25%) и на акции (15%). Редко обращают внимание на красивые и понятный текст (10%).

Так как, Instagram – самая популярная социальная сеть, по мнению опрошенных, то был проведен еще один небольшой опрос. Цель опроса – узнать, на что обращают внимание респонденты в сети Instagram и какая информация для них важна.

Результаты опроса представлены ниже:

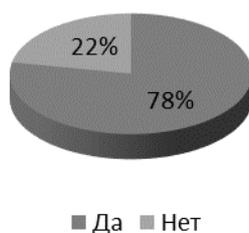


Рис. 9. Распределение ответов на вопрос «Используете ли Вы Instagram при выборе гостиницы?»

Большая часть опрошенных используют Instagram при выборе гостиницы (78%). Всего 22% не используют данную сеть. Это значит, что если гостиницы начнут активно продвигать свои услуги в Instagram, то успех им обеспечен.

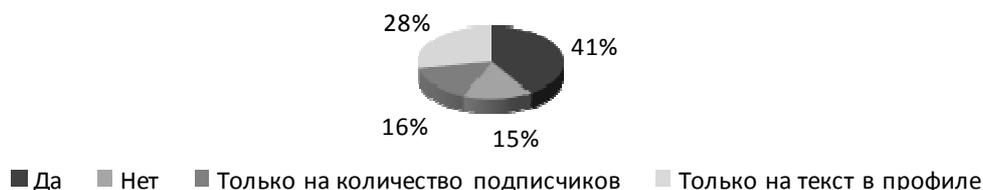


Рис. 10. Распределение ответов на вопрос «Обращаете ли Вы внимание на количество подписчиков и что написано в профиле гостиницы в Instagram?»

По результатам данного вопроса видно, что респонденты обращают внимание на количество подписчиков и на текст профиля (41%). 28% опрошенных обращают внимание только на текст в профиле. Почти одинаковое количество респондентов обращают внимание только на количество подписчиков (16%), либо вообще не обращают внимание на данные позиции (15%).

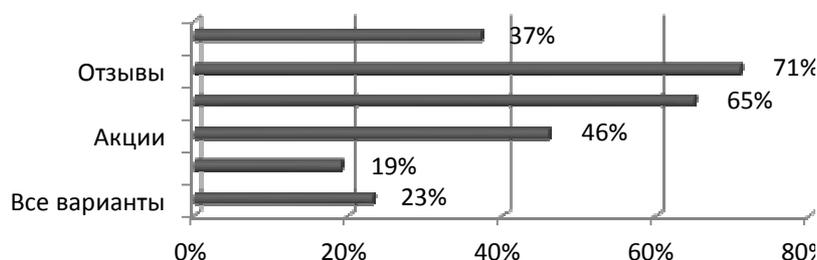


Рис. 11. Распределение ответов на вопрос «Какая информация в профиле гостиницы Вам важна?»

Самая важная информация для респондентов в профиле гостиницы Instagram – отзывы, 71% опрошенных выбрали этот вариант. Далее идет цена, этот вариант ответа выбрали 65% респондентов. Менее важная информация для опрошенных – акции (46%). На фото номеров в профиле обращают внимание 37% опрошенных. Всего для 23% респондентов важны все аспекты. Самая непопулярная информация, на которую мало кто обращает внимание – дополнительные услуги (19%).

Для сравнения были выбраны 3 профиля гостиниц Владивостока в Instagram, такие как – «LOTTE», «AZIMUT», «АСТОРИЯ». Данные представлены в табл. 1.

Таблица 1

### Информация о профиле гостиницы в Instagram

Критерий	LOTTE	AZIMUT	АСТОРИЯ
Количество подписчиков, чел.	2924	4034	4328
Контакты	Имеются	Имеются	Имеются
Фото номеров	Имеются	Имеются	Имеются
Цены	Отсутствуют	Отсутствуют	Имеются
Акции	Отсутствуют	Имеются	Имеются
Дополнительные услуги	Имеются	Отсутствуют	Имеются
Отзывы	Отсутствуют	Отсутствуют	Имеются

Только 1 гостиница из 3 содержит всю информацию в своем профиле Instagram, это гостиница «АСТОРИЯ». У гостиницы «АСТОРИЯ» очень удобно расположена информация в профиле, все можно найти не потратив много времени. Из-за этого на Instagram данной гостиницы подписано больше всего людей, чем на 2 остальные.

В гостинице «AZIMUT» подписчиков немного меньше, чем в гостинице «АСТОРИЯ». В данном профиле отсутствует важная информация, такая как – отзывы и цены. Так же не представлена информация о дополнительных услугах. В опросе, результаты которого обозначены выше, отзывы и цены – самый популярный ответ, поэтому их отсутствие это огромный минус для их профиля. Многие подписчики не будут просматривать профиль без данной информации.

Гостиница «ЛОТТЕ» насчитывает совсем мало информации в своем профиле, представлены фото номеров, контакты и дополнительные услуги. Подписчиков в данной гостинице 2924 человека. Отсутствует в гостинице «ЛОТТЕ» самая востребованная информация – цены, акции и отзывы.

Подводя итоги, можно сказать, что социальные сети – важный инструмент для любой гостиницы, которая хочет продвинуть свои услуги. Гостиница может привлечь большое количество клиентов, но при этом она должна грамотно предоставить информацию в социальных сетях.

Для того, чтобы гостиница добилась успеха с помощью социальных сетей, необходимо предоставлять отзывы, цены, качественные фото и полную информацию о гостинице. Кроме того необходимо поддерживать общение с клиентами на различных площадках, отвечать на вопросы, принимать критику и комплименты.

- 
1. Статистика в IT [Электронный ресурс] Хабр. – URL: <https://habr.com/ru/post/436270/>
  2. Задача ВКонтакте [Электронный ресурс] VK. – URL: <http://vk.com/about/>
  3. Международная социальная сеть Фейсбук [Электронный ресурс] PRO FACEBOOK. – Режим доступа: <http://PROFACEBOOK.ru/>
  4. Twitter [Электронный ресурс] Wikipedia. – URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Twitter>
  5. YouTube [Электронный ресурс] Словарь терминов. – URL: <https://www.activetraffic.ru/wiki/youtube/>
  6. Instagram [Электронный ресурс] Азбука терминов. – URL: <https://semantica.in/blog/chto-takoe-instagram.html>