

LIBRARY ID: 46292319

**О ПРЕДСТАВЛЕНИИ РЕЙТИНГА ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В СИСТЕМАХ ОНЛАЙН-БРОНИРОВАНИЯ С ПОМОЩЬЮ ИНФОГРАФИКИ**

ЕВСЮКОВ М.В.<sup>1</sup>, ГОМИЛЕВСКАЯ Г.А.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Владивостокский государственный университет экономики и сервиса  
Учреждение: Владивостокский государственный университет путей сообщения

Тип: статья в журнале - научная статья Язык: русский  
Том: 2 Год: 2021 Страницы: 379-383  
УДК: 338.48

ЖУРНАЛ:  
НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО СТРАН АТР В XXI ВЕКЕ  
Учреждение: Владивостокский государственный университет путей сообщения

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:  
МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА, СИСТЕМЫ БРОНИРОВАНИЯ, ИНФОГРАФИКА, ВИЗУАЛИЗАЦИЯ, МОДЕЛЬ ВИЗУАЛИЗАЦИИ, СИСТЕМА ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА, ОНЛАЙН-БРОНИРОВАНИЕ

АННОТАЦИЯ:  
В работе разработана инфографическая модель представления информации о рейтинге туристского предприятия, которая способствует оптимизации времени, затрачиваемой пользователем на ознакомление с основными характеристиками предприятия, при использовании электронных систем бронирования номерного фонда.

БИБЛИОМЕТРИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ:

● Входит в РИНЦ <sup>®</sup> : да	● Цитирован в РИНЦ <sup>®</sup> : 0
● Входит в базу РИНЦ <sup>®</sup> : нет	● Цитирован из базы РИНЦ <sup>®</sup> : 0
● Норм. цитируемость по журналу: 0	● Индекс фактор журнала в РИНЦ: 0,071
● Норм. цитируемость по направлению: 0	● Даты в рейтинге по направлению: 0
● Тематическое направление: Economics and Business	
● Рубрика ГРНТИ: Экономика, Экономические науки	

АЛЬТМЕТРИКИ:

● Просмотров: 5 (1)	● Загрузки: 1 (0)	● Включено в подборки: 3
● Всего оценок: 0	● Средняя оценка: 0	● Всего отзывов: 0

ОПИСАНИЕ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ:  
THE REPRESENTATION OF THE RATING OF A TOURIST COMPANY IN ONLINE BOOKING SYSTEMS BY INFOGRAPHICS  
EVSYUKOV M.V.<sup>1</sup>, GOMILEVSKAYA G.A.<sup>1</sup>  
<sup>1</sup> Vladivostok State University of Economics and Service  
Infographic model has been developed for presenting information about the rating of a tourist company, which will help to optimize the time spent by user to familiarize himself with the main characteristics of the company, during using electronic booking systems for the number of rooms.  
Keywords: QUALITY RATING METHODS, BOOKING SYSTEMS, INFOGRAPHICS, VISUALIZATION, VISUALIZATION MODEL, QUALITY RATING SYSTEM, ONLINE BOOKING

ОБСУЖДЕНИЕ:  
● Добавить новый комментарий к этой публикации

УДК:338.48

## О ПРЕДСТАВЛЕНИИ РЕЙТИНГА ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В СИСТЕМАХ ОНЛАЙН-БРОНИРОВАНИЯ С ПОМОЩЬЮ ИНФОГРАФИКИ

Гомилевская Галина Александровна,

кандидат экономических наук, доцент кафедры туризма и экологии,  
директор международного института туризма и гостеприимства  
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса  
(6900014, Россия, Владивосток, улица Гоголя, 41, e-mail: gag17@yandex.ru)

Евсюков Максим Владиславович,  
магистрант 1 курса Международного института туризма и гостеприимства  
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса  
(6900014, Россия, Владивосток, улица Гоголя, 41, e-mail: max\_evsyukov@mail.ru)

*Туристская индустрия полагается на информацию об услугах и рейтинге предоставляемых услугах, что все чаще играет первостепенную роль решения туриста воспользоваться услугами определенного предприятия. Актуальность темы исследования обусловлена тем, что сегодня представление рейтинга предприятия с использованием методов визуализации относится к минималистичным представлениям оценки предприятия. Целью статьи является – на основе теоретического обоснования целесообразности использования электронных систем бронирования как ресурса для предоставления информации о туристских объектах, представить модель инфографики как инструмента визуализации оценки услуг предприятий туристской деятельности. В статье использованы методы дедукции и индукции при исследовании теоретических аспектов, методы анализа и синтеза при обобщении информационных материалов, структурировании и классификации инноваций в экскурсионной деятельности. Практическим результатом в статье являются инфографическая модель представления информации о рейтинге туристского предприятия, которая способствует оптимизации времени, затрачиваемым пользователем на ознакомление с основными характеристиками предприятия.*

**Ключевые слова:** методы оценки качества, системы бронирования, инфографика, визуализация, модель визуализации, система оценки качества, онлайн-бронирование, гостиничные услуги, управление качеством, хаб.

**THE REPRESENTATION OF THE RATING OF A TOURIST COMPANY IN ONLINE BOOKING SYSTEMS USING INFOGRAPHICS**

Gomilevskaya Galina Aleksandrovna,  
candidate of economic sciences, associate professor of the Department of tourism and ecology,  
Director of the International institute of tourism and hospitality  
Vladivostok State University of Economics and Service  
(6900014, Russia, Vladivostok, Gogol street, 41, e-mail: gag17@yandex.ru)  
Evsyukov Maxim Vladislavovich,  
1st year master student of International institute of tourism and hospitality  
Vladivostok State University of Economics and Service  
(6900014, Russia, Vladivostok, Gogol street, 41, e-mail: max\_evsyukov@mail.ru)

*The tourism industry relies on information about services and the rating of the services provided, which increasingly plays a primary role in the decision of the tourist to use the services of a particular enterprise. The relevance of the research topic is due to the fact that today the presentation of the enterprise rating using visualization methods belongs to the minimalistic representations of the enterprise assessment. The purpose of the article is - on the basis of a theoretical substantiation of the expediency of using electronic booking systems as a resource for providing information about tourist objects, to present a model of infographics as a tool for visualizing the assessment of services of enterprises of tourist activity. The article uses the methods of deduction and induction in the study of theoretical aspects, methods of analysis and synthesis in the generalization of information materials, structuring and classification of innovations in excursion activities. The practical result of the article is an infographic model for presenting information about the rating of a tourist enterprise, which will help to optimize the time spent by the user to familiarize himself with the main characteristics of the enterprise.*

**Keywords:** *quality assessment methods, booking systems, infographics, visualization, visualization model, quality assessment system, online booking, hotel services, quality management, hub.*

Участники современной индустрии гостеприимства с целью привлечения большего внимания и числа потребителей собственных услуг, полагаются на качественное обслуживание туристов. В гостиничном бизнесе компонентом обратной связи для предприятий выступают отзывы гостей, главная масса которых сосредоточена во внешних источниках: информационные агрегаторы, системы бронирования. Отзывы потребителей услуг основываются на измерении степени удовлетворенности туристов услугами предприятия, соответствие ожиданиям о качестве потребленных услуг и состоят в двоичной системе исчислений: положительные и отрицательные отзывы. Отзывы обратно пропорциональны – положительные несут в себе знак, что услуга соответствует предъявляемым требованиям, по мнению потребителя, а также «мягкие» предложения по улучшению качества обслуживания. С другой стороны, отрицательные отзывы содержащие в себе жалобы туристов, являются резким и шоковым инструментом реструктуризации качества предоставляемых услуг.

Современное состояние технических возможностей информационных систем привело к тому, что информацию об объектах туристской индустрии потребитель может получать из множества специализированных информационных ресурсов: приложения для смартфонов, компьютеров, систем бронирования номерного фонда.

Цель статьи – обоснование целесообразности использования инфографики как метода визуализации рейтинга гостиничного предприятия в электронных системах бронирования номерного фонда.

Необходимо выполнить задачи:

- исследовать электронные системы бронирования и их вклад в области предоставления информации о туристских объектах;
- обосновать возможность применения электронных систем для представления рейтинга туристских предприятий конечному потребителю;
- обосновать использование инфографики как метода представления информации о рейтинге туристского предприятия.

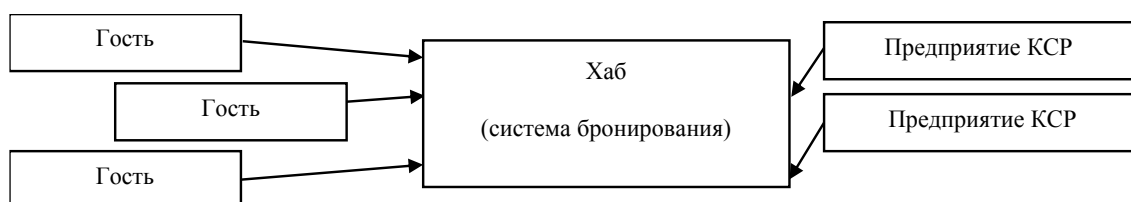
Предметом исследования является инфографика как метод представления рейтинговой оценки предприятия туристской индустрии в электронных системах бронирования.

В работе использованы методы моделирования, системного анализа, формализации.

Существует большое число интернет-ресурсов, предоставляющих возможность пользователям обмениваться собственным мнением об удовлетворенности потребленными услугами, то лучшим источником для создания обратной связи между туристскими предприятиями и пользователями интернет-ресурса, являются исходные источники информации о туристских предприятиях. В список указанных исходных источников информации включены: системы электронного бронирования, сервисы-гиды, сайты, связанные с туристской деятельностью.

Системы онлайн-бронирования предприятий коллективного размещения представляют собой комплекс интернет-ресурсов, содержащий в себе кластер потребителей услуг (гостей) и кластер исполнителей (КСР) [1]. Отличительной характеристикой любой системы бронирования является совмещение и гибридизации на единой площадке гостей и предприятий. Поэтому их использование в качестве инструмента обмена информации для отображения рейтинга туристского предприятия и распространения информации между участниками более чем необходимо.

Схематически системы бронирования возможно рассматривать как хаб, емкость, наделенная постоянной или временной информацией о характеристиках, услугах и рейтинге предприятия, в котором располагаются интересы физических и юридических лиц. Главным



процессом, происходящем на территории систем бронирования – заключение и реализация договоров между участниками туристского обслуживания, пример на рисунке 1.

Рисунок 1 – Структура систем бронирования

Разработано авторами

Системы бронирования позволяют обеспечить защиту прав и интересов разных сторон и участников бизнес-процесса, на основании заключенных соглашений и договоров. Целью участия в бизнес-процессе, с использованием систем бронирования, для потребителей услуг является получение услуг с постоянным уровнем качества и соответствия требованиям, а со стороны предприятий – снижение и частичное возмещение возможных убытков, а так же дополнительная регуляция взаимоотношений с гостями [2].

Регуляция отношений между участниками бизнес-процессов основывается на применении системами бронирования собственных расчетов рейтинга предприятия и гостей.

К примеру, онлайн-системы бронирования Booking.com и Travelline используют десяти бальную систему оценки предоставляемых услуг, а Expedia – пяти бальную.

Рейтинг гостиницы в системах бронирования позволяет регулировать частоту предложений услуг потенциальным потребителям и участвует в формировании мнения воспользовавшихся услугами туристов, при написании отзыва.

Рейтинг систем онлайн-бронирования является не только стимулом для пользователей приобретать или не пользоваться услугами предприятия совсем, но и методом саморегулирования качества предоставляемых услуг. Любое гостиничное предприятие стремится поддерживать собственную оценку предоставляемых услуг на допустимом уровне и повышать ее соответственно. Получение негативных отзывов приводит к профилактике уровня качества обслуживания и предотвращение схожих прецедентов.

Так электронные системы содержат в себе большое количество участников туристской деятельности, как и другие онлайн-ресурсы, то применение инфографики в сфере предоставления информации о рейтинге туристских предприятий целесообразно и позволит оптимизировать потоки информации.

Метод визуализации информации, известный как инфографика, представляет объем информации, оформленный с помощью определенных графических способов и предлагающий конечному пользователю чистую фактическую информацию. Интерпретацией инфографики является графическая иллюстрация, способная передать цельное содержимое информации, с помощью каких-либо образов, обладающих единством изображения и текста, а также пригодная к восприятию аудиторией [3].

Инфографика как способ подачи информации имеет ряд отличительных характеристик:

1. Представление потока, блока, части информации как образ, с использованием графических объектов, так как потребители лучше воспринимают информацию через иллюстрации.

2. Инфографика приводит к жесткой структуризации и отсеиванию лишней информации, что позволяет предоставить достаточный объем данных конечному пользователю, без лишнего информационного шума.

Использование инфографических материалов в информационных потоках позволяет в привлекательной для пользователя форме предоставить достаточную информацию для восприятия и формирования понимания характеристик услуг предприятия [4].

Существует несколько ключевых методик создания инфографических материалов. Сервис с частично или полной интерактивностью – метод, основанный на гибридизации информации об услугах с функциональностью интернет-ресурса, где располагается представляемая информация. Иллюстративный – метод инфографики, наиболее распространённый и состоит из совмещения красивого и привлекающего изображения и информации, адаптированной для потребления. В иллюстрациях главных упор делается на качество исполнения объекта [5]. Схематические изображения и чертежи в инфографике, как способ отображения информации предназначены для представления структуры и процесса обслуживания потребителя, предоставления услуги.

При создании проекта инфографики применяется два основных подхода к реализации инфографических материалов. В зависимости от преследуемой цели инфографика может быть исследовательской и повествовательной. Ученый Эдвард Тафти [6] утверждает, что залог успеха в применении инфографики зиждется на точной передаче информации, при минималистичном дизайне. Подход может быть использован как инструмент эффективного донесения информации до целевой аудитории с последующим визуальным анализом.

Если целью создаваемого инфографического материала – представить информацию аудитории так, чтобы она запомнилась, а иногда и послужила своеобразным развлечением для пользователей, то применяется повествовательный подход. Суть подхода заключается в применении привлекательных для потребителя дизайнерских решений, красочных иллюстраций. Принципиальным отличием двух подходов является то, что при использовании первого подхода пользователь самостоятельно извлекает необходимую информацию, в то время как повествовательный представляет потребителям подготовленную, конечную форму информации [7].

Задача инфографики заключается в создании центрального графического элемента, передающего основную тему и посыл, графических и текстовых элементов для создания единого информационного образа, предназначенного для полного усвоения предоставляемой информации в короткие сроки.

На рисунке 2 представлена модель использования инфографики для отображения оценки качества услуг туристского предприятия.

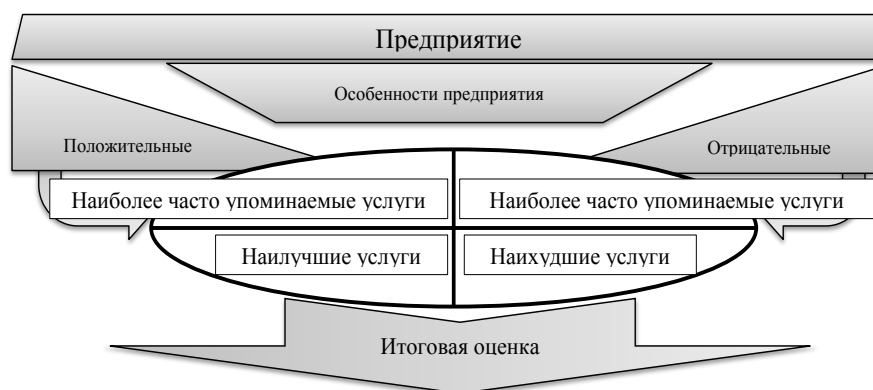


Рисунок 2 - Модель использования инфографики для отображения качества услуг  
Разработано авторами

В результате исследования выявлено, что актуальность методов визуализации информации необходима для обеспечения оптимизации информационных потоков между туристской организацией и потенциальным потребителем услуг. В процессе исследования были выделены и обобщены возможности использования инфографики в электронных системах бронирования для представления отображения рейтинга гостиничного предприятия. Применение инфографики как инструмента визуализации инфографики, позволит оптимизировать время обработки информации пользователем и конкретизировать характеристики предлагаемых на рынке услуг. Инфографика может представить ключевую информацию о туристской компании и повысить шанс к приобретению именно представленных услуг.

1. Молчанова В.С. Продвижение туристских услуг при помощи использования системы онлайн-бронирования // Геология, география и глобальная энергия. 2015. №1. С. 199-206.
2. Полстяная Н.В. некоторые аспекты системы дистрибуции в индустрии гостеприимства // Экономика, управление, инновации. 2016. № 1. С. 240-255.
3. Подгузов Д.А. Инфографика как средство визуальной коммуникации // Инновационная наука. 2016. № 5-2. С. 156-158.
4. Орынбай Г.Т., Кажикенова А.Ш., Алибиев Д.Б. Инфографика как современный способ представления информации // Вестник науки. 2020. № 12. С. 166-168.
5. Симакова С.И., Федотовский В.В. Инфографика: прошлое, настоящее, будущее // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2016. № 3. С. 13-25.
6. Edward R. Tufte. The Visual Display of Quantitative Information. – 16. – Graphics Press, 1983. – P. 197.
7. Lankow J., Ritchie J., Crooks R. Infographics: The Power of Visual Storytelling. – Wiley, 2012. – 264 p.