DOI: https://doi.org/10.53486/sstc2024.v1.48
CZU: 338.487”2024”(478)

STUDYING THE PREFERENCES OF TRAVELERS FOR 2024 AND THE QUALITY OF SERVICE PROVIDED BY «DONATELLA TUR»

ИЗУЧЕНИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПУТЕШЕСТВЕННИКОВ НА ПЕРИОД 2024 ГОД И КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ «DONATELLA TUR»

CAIREAC Victoria, studentă, specialitatea: MKL
Academia de Studii Economice din Moldova,
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
Telefon: +37362100180
e-mail: kayryakviktoria2822@gmail.com

Abstract: *Today, tourism is one of the most important areas of the modern economy and has a beneficial impact on the development of its other sectors, including hospitality, construction, transport and communications, agriculture, and retail trade.*
In today's world, it is important to pay attention to forecasting and the quality of staff service in order to be competitive in the market.
This research is carried out by order of the travel agency "Donatella Tur".
The main purpose of this work is to study the preferences of Donatella Tur customers for the period 2024 and determine the quality of staff service.
This kind of this work represents the methods of survey existing customers.

Key words: *tourism, modern economy, staff service, travel agency, survey.*

JEL CLASSIFICATION: L 83

ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день, туризм играет неоценимую роль в формировании личности, расширяя кругозор человека, стимулируя его интеллектуальное развитие и гармонично сочетая отдых с приобретением знаний об окружающем мире. Изучая историю, обычаи и образ жизни других народов, турист расширяет не только свои познания о мире, но и углубляет самопонимание.

«Туризм – экономический феномен века. Travel-сектор играет значительную роль в формировании ВВП многих государств, обеспечении занятости населения, способствует внедрению новых технологий, активизирует мировой рынок товаров и услуг. Туризм оказывает влияние на транспортную сферу, связь, строительство. Значение этого сектора как части национальной экономики в ближайшем будущем будет возрастать.» [1]

В современном динамичном мире туризм превратился в одну из ключевых отраслей, формирующих экономический рост и обеспечивающих занятость населения. Чтобы преуспеть в этом секторе, предприятия вынуждены учитывать особые потребности клиентов и адаптироваться к меняющейся рыночной конъюнктуре. Маркетинговые стратегии туристических предприятий, в том числе отелей, авиакомпаний и туроператоров, направлены на привлечение потенциальных клиентов, повышение лояльности существующих клиентов и увеличение доходов. Для достижения этих целей они используют различные маркетинговые инструменты, такие как: исследование и анализ рынка для понимания потребительских предпочтений, тенденций и конкуренции; разработка и продвижение продуктов и услуг,

отвечающих потребностям целевой аудитории, установление цен, соответствующих воспринимаемой ценности и рыночному спросу, использование различных каналов сбыта, включая собственные офисы продаж, онлайн-платформы и партнерские отношения с турагентствами, а также обеспечение высокого уровня обслуживания клиентов.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ

Представленная статья выполнена по запросу туристического агентства «Donatella Tur», с целью изучения предпочтений путешественников на период 2024 год и качества обслуживания предприятия «Donatella Tur».

Был проведен онлайн-опрос на двух языках (румынский и русский), посредством которого были проанализированы 90 анкет, опрошенные являются клиентами компании «Donatella Tur».

Опрос проводился с 15.03.2024 по 25.03.2024. В опросе приняли участие 79% женщин и 21% мужчин (рисунок 1). Средний возраст респондентов от 30 до 50 лет.

Рисунок 1. Гендерное распределение респондентов.
Источник: *составлен автором по результатам опроса [2]*

1. Исходя из первого вопроса, делаем вывод, что все 90 респондентов являются или когда-то являлись клиентами компании «Donatella Tur».

2. Согласно результатам исследования, 42,8% опрошенных узнали о данном туристическом агентстве через поиск в интернете, 28,5% обратились в это агентство по рекомендациям друзей/знакомых, 28,7% респондентов обратились за туристическими услугами в компанию «Donatella Tur» - благодаря рекламе и онлайн-продвижению. Делаем вывод, что основным каналом привлечения клиентов для данного туристического агентства является поиск в интернете.

3. На вопрос «Как часто Вы путешествовали с Donatella Tur за последние два года?» 52,4% респондентов ответили: «один раз в год». Больше половины респондентов (29,2%) дали ответ: «более одного раза в год». Оставшиеся 18,4% путешествовали с «Donatella Tur» раз в несколько лет. Делаем вывод, что большинство респондентов путешествуют с «Donatella Tur» один раз в год, это говорит о том, что компания является привлекательным выбором для оказания туристических услуг. Управляющему компанией «Donatella Tur» стоит провести дополнительные исследования и обратить внимание на респондентов, которые путешествуют с ними раз в несколько лет.

4. На основании результатов исследования, наиболее привлекательным направлением для будущих поездок с «Donatella Tur» являются круизы по морю (29,3%). Горные курорты (20,1%) являются вторым по популярности направлением. На третьем месте (18,9%)- европейские страны. Экскурсии и экзотические направления оказались наименее интересными для респондентов. Данные результаты исследования являются ценным источником информации для «Donatella Tur», которые помогут компании улучшить свои предложения и повысить удовлетворенность клиентов.

5. Следующий вопрос был необходим для того, чтобы выявить насколько важно иметь доступ к эксклюзивным предложениям и скидкам для клиентов «Donatella Tur». Для 50,7%- этот аспект очень важен. Следующие 39,1% респондентов ответили: «Довольно важно». Для оставшихся 10,2% респондентов эксклюзивные предложения и скидки - не являются приоритетом. Результаты опроса показывают, что доступ к эксклюзивным предложениям и скидкам является важным фактором для клиентов «Donatella Tur». Туристическому агентству следует разработать программу лояльности, которая будет включать в себя эксклюзивные предложения и скидки.

6. С точки зрения удовлетворенности маршрутами и программой путешествия в организованных «Donatella Tur» отпусках, делаем вывод, что 38,3% респондентов- очень довольны; 47,4%- довольны и 14,3% - нейтральны. Следовательно, данные опроса свидетельствуют о том, что «Donatella Tur» в целом хорошо справляется с разработкой маршрутов и программ путешествия, которые отвечают потребностям своих клиентов. Однако, существует небольшой процент (14,3%) клиентов, которые не полностью довольны предлагаемыми компанией маршрутами и программами. Компании следует проанализировать отзывы этих клиентов, чтобы выявить причины их неудовлетворенности и улучшить свои предложения.

7. При выборе туристического агентства, респонденты опираются на определенные факторы. Ссылаясь на рисунок 1, можно увидеть, что 43,8% путешественников обращают внимание на разнообразие и качество туристических направлений, 29,6% респондентов отмечают репутацию и положительные отзывы, а 26,6% респондентов сделали выбор в пользу конкурентоспособных цен.

Данные свидетельствуют о том, что турагентство успешно позиционирует себя на рынке как надежный и качественный игрок. Турагентству рекомендуется: продолжать развивать свою маршрутную сеть и предлагать клиентам широкий выбор туристических направлений, активно работать с отзывами клиентов и использовать их для улучшения качества своих услуг, проводить анализ конкурентной среды и разрабатывать конкурентные ценовые предложения.

8. Результаты опроса показывают, что большинство респондентов (70,4%) определенно порекомендуют «Donatella Tur» своим друзьям или семье для будущих поездок. В частности, 27,8% респондентов возможно порекомендуют «Donatella Tur»; 3,4% респондентов не порекомендуют «Donatella Tur». Данные свидетельствуют о том, что турагентство имеет хорошую репутацию и пользуется доверием своих клиентов, однако, существует небольшой процент (3,4%) клиентов, которые не порекомендуют «Donatella Tur», следовательно, компании следует проанализировать отзывы этих клиентов, чтобы выявить причины их неудовлетворенности и улучшить свои предложения.

9. На вопрос «Если бы Вы могли что-то изменить в услугах или предложениях Donatella Tur, чтобы это было?» 93,5% респондентов ответили: «Ничего, все устраивает», 3,8% дали ответ: «Побольше горящих предложений» и столько же респондентов написали: «Побольше бюджетных предложений для поездок на море». Были и следующие варианты ответов: возможность оплаты в евро (1,7%); более бодрое общение с клиентами (1,7%). В выводе следует отметить, что «Donatella Tur» имеет высокий уровень удовлетворенности клиентов, но существует небольшой спрос на горящие и бюджетные предложения. А также стоит предложить клиентам возможность оплаты туров в евро или НБМ и улучшить качество обслуживания.

10. В соответствии с результатами следующего вопроса делаем вывод, что 37,2% респондентов очень высоко оценивают профессионализм персонала «Donatella Tur», 40,3% - довольно хорошо, а 22,5% ответили- удовлетворительно. Из этого следует, что большинство респондентов (77,5%) позитивно оценивают профессионализм персонала «Donatella Tur», но есть респонденты, которые не полностью довольны профессионализмом персонала.

Турагентство может провести тренинги для персонала, чтобы улучшить его качество работы. «Donatella Tur» имеет высокий уровень удовлетворенности клиентов соотношением цены и качества. Компания может провести анализ чувствительности, чтобы определить, как изменение цены или качества повлияет на удовлетворенность клиентов.

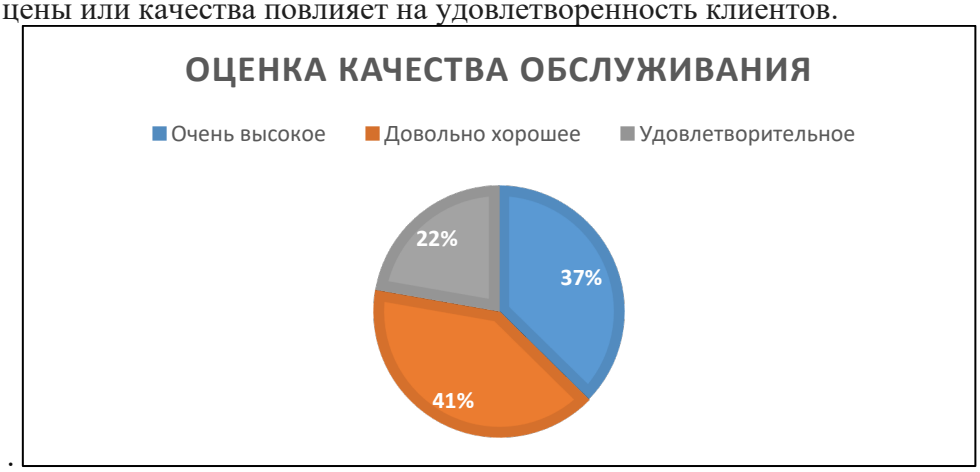

Рисунок 1. Оценка качества обслуживания предприятия «Donatella Tur».
Источник: *составлен автором по результатам опроса [2]*

11. Согласно исследованию, в 2024 году 71,5% респондентов будут путешествовать с компанией «Donatella Tur», 22% выбрали вариант ответа «Возможно» и только 6,4% дали ответ «Нет». Можно заметить, что «Donatella Tur» имеет высокий уровень потенциального спроса на свои услуги в 2024 году.

12. Какими же будут предпочтения путешественников Donatella Tur в 2024 году? Исследование показало, что Греция является наиболее предпочтительным направлением для путешествий в 2024 году (22,1%). Испания занимает второе место (15,2%). И на третьем месте-Черногория (14,5%). Данные результаты могут быть использованы туристическим агентством «Donatella Tur» для разработки своих предложений на 2024 год.

ВЫВОДЫ

Туристические услуги играют ключевую роль в деятельности турфирм, являясь источником прибыли и основой для создания лояльной клиентской базы. Привлечение и удержание клиентов напрямую связано с качеством предоставляемых услуг, которое должно соответствовать ожиданиям потребителей. Клиентоориентированность является одним из важнейших принципов работы в туризме. Она предполагает, что сотрудники турфирм должны сосредоточиться на удовлетворении потребностей и интересов клиентов, как внутренних, так и внешних. Такой подход подразумевает изучение демографических, психографических и поведенческих характеристик целевой аудитории. Постоянное совершенствование и адаптация к меняющимся потребностям рынка помогают турбизнесу оставаться конкурентоспособным и привлекательным для клиентов.

Ссылаясь на данные проведенного исследования, для компании «Donatella Tur», можно дать следующие рекомендации:

- Для удовлетворения туристов, которые предпочитают круизы по морю, разработать групповые маршруты до порта и обратно.
- Проводить анализ конкурентной среды и разрабатывать конкурентные ценовые предложения.
- Разработать программу лояльности с эксклюзивными предложениями и скидками.
- Провести тренинги по общению с клиентами для персонала, чтобы улучшить качество работы.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. *Развитие международного туризма и его влияние на экономику* [Электронный ресурс]- режим доступа: https://imes.su/press-tsentr/stati/item/1675-razvitie-mezhdunarodnogo-turizma-i-ego-vliyanie-na-ekonomiku?ysclid=lu6zi1u7iq39974952
2. *Опрос о предпочтениях в туризме и о качестве обслуживания персонала компании «Donatella Tur»* [Электронный ресурс] – режим доступа: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeLlarLV76eLiPJUiQejxjtJdHnqFuYoimmx0tYl9SP0xXVGg/viewform

Coordonator ştiinţific: ZGHEREA Georgetta, dr.,conf.univ.
Academia de Studii Economice din Moldova,
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
Telefon: +37369353399
emal: zgherea.georgetta@ase.md