

Turisztikai irodák a Weben

– Összehasonlító tanulmány Erdélyi és Magyarországi turisztikai irodák Web oldalairól –

Moldován István

Akkreditált oktató - Gábor Dénes Főiskola – Sepsiszentgyörgy

GÁLFI Vera Melinda

Abszolvens - "Babeş-Bolyai" Tudományegyetem Kolozsvár, Business Kar

KOVÁCS Liciniu-Alexandru; CHIFU-OROS Ioan-Cristian

Adjunktusok – "Babeş-Bolyai" Tudományegyetem Kolozsvár, Business Kar

ABSTRACT

Tourism develops in all countries because it is a good source of income and, sometimes, a better alternative than to work in other sector. In a global economy a travel agent cannot promote tourism products and services only in a limited area. Wherever they go to or come from, tourists want to be well informed. As a consequence, it is a good starting point to visit and observe websites belonging to travel agencies from different regions/countries and find out how the Web service of the Internet helps these processes. Surprises may appear.

A turizmus nemcsak jó kereseti lehetőség, hanem megfelelő és kedvelt tevékenység is más gazdasági területekkel szemben. Egy turisztikai irodának a globális gazdaságban nem elég, hogy termékeit és szolgáltatásait csak egy földrajzilag leszűkített területen népszerűsítse. Bárhova megy vagy bárhonnan jön, a turista szeretne jól informált lenni. Ezért, neki egy nagyon megfelelő indulópont, a cél ország vagy földrajzi terület turisztikai irodái Web oldalainak meglátogatása, böngészése. Az információszerzésen kívül e tevékenység arra is rámutat, hogy az Internet mennyire segíti ezeket a szervezeteket. Lássuk a megfigyelések eredményeit és... meglepetéseit.

Az összehasonlító tanulmány célja: böngészni és adatokat gyűjteni összehasonlítás céljából 50 erdélyi és 50 magyarországi turisztikai iroda Web oldalairól.

A tanulmány során alkalmazott módszerek: a Web oldalak böngészése és a leggyűjtött adatok feldolgozása táblázatkezelővel. Az oldalak és a tanulmányozott elemek összehasonlítása – hasonlóságok és eltérések – diagramok és statisztikai módszerek segítségével. Minden tanulmányozott Web oldalt kiértékelünk úgy IT mint az ajánlott szolgáltatások komplexitása (kliens/turista) szempontjából. Végül is a javasolt, egyenként 50 – 50 Web oldal tanulmányozása 49 erdélyi és 48 magyarországival zárult, de ez természetesen nem befolyásolja lényegesen a tanulmány eredményeit.

Megjegyzés:

Ahhoz, hogy a tanulmányt viszonylag rövid idő alatt befejezhessük az Internet Explorer böngészőt használtuk. Az adatokat Microsoft Excel táblázatkezelővel és a Statgraphics statisztikai programmal dolgoztuk fel. Az eredmények többféleképpen „finomíthatók”: növelhető a böngésző és kiértékelő személyek száma, a meglátogatott Web oldalak száma, használhatunk többféle böngészőt (például: Opera, Mozilla, Netscape, Hot Jawa Browser, Fire Fox stb.) különböző operációs rendszerek alatt (Windows, Linux, Solaris stb.).

1. A tanulmányhoz használt Web oldalak

Az erdélyi Web oldalak kereséséhez a Google keresőt használtuk: - <http://www.google.ro> – a „turism in Ardeal” (turizmus Erdélyben) kulcsszavakkal. Az eredménylistából kiválasztottuk a <http://www.transilvania.info> linket. Ezen a „Voiaj si turism” (Utazás és turizmus) hyperlink alatt megyék szerint csoportosított turisztikai irodák listájához jutottunk.

Hasonlóan jártunk el a magyarországi turisztikai irodák esetén is. Itt is a Google keresővel - <http://www.google.hu> – dolgoztunk és „utazási irodák” kulcsszavakkal az eredménylistából kiválasztottuk a <http://www.nu.hu> címet, ahol célunknak megfelelő Web oldalak listáját találtuk.

2. A tanulmányozott Web oldalak és tartalmuk

1. **Isten Hozott!** – ez az oldal vezeti be a látogatót/ügyfelet a szervezet Web oldalaira. Itt hiperlinkeket találunk, amelyek segíthetnek a böngészésben, hogy gyorsabban találjuk meg a szükséges információkat. Ezen az oldalon javasolt, a cég hivatásához kapcsolódó, eredeti, statikus vagy animációs grafikát alkalmazni. Megfigyeltük, hogy ez az oldal létezik-e és tanulmányoztuk, hogy mennyire felel meg egy turisztikai iroda célkitűzéseinek.
2. **Rólunk** – ez az oldal egy általános képet fest a turisztikai irodáról. Megtalálhatjuk itt a szervezet tevékenységi területét, céljait, olvashatunk az erős pontjairól és üzleti stratégiájáról. Ugyancsak itt található a turisztikai iroda története, fejlődése és nagyon gyakran a fő menedzser vagy tulajdonos üzenete.
3. **Kapcsolat** – tartalmazza a turisztikai iroda és fiókjai címét, egy listát a fontosabb alegységekről és ezek rövid leírását. Itt találhatjuk a hagyományos és elektronikus postacímeket, telefon és fax számokat, a kapcsolattartó személyek nevét, fényképét és adatait. Form-ok segítségével a turisztikai iroda információkat szerezhet a klienseitől, a Web oldal látogatóitól.
4. **Idegen nyelvű változatok** – segítségével különböző földrajzi területekről látogatókat/klienseket szerezhetünk. Olyan országok esetén – mint Magyarország és Románia – ahol a hivatalos nyelvet egy szűkebb területen beszélik, javasolt angol, német, francia – esetenként spanyol, olasz, orosz - nyelvű változatok készítése is. Erdély esetében, figyelembe véve a lakosság etnikai összetételét és az utóbbi évszázad elvándorlásait, úgy gondoljuk, hogy egy Web oldal a román nyelvű változat mellett feltétlenül tartalmazzon magyar és német nyelvű változatokat is.
5. **A Web oldal térképe** – ezen az oldalon áttekinthető a Web lap struktúrája. Általában grafikus formában jeleníti meg a linkeket a többi oldal felé.
6. **Egyéb** – egy vagy több nem kötelező oldal. A nyomógombok, formok, mozgó képek és egyéb elemek, amelyek megragadják a látogató figyelmét, ráveszik, hogy hosszasan időzzön a Web oldalon, mint amennyire eredetileg szándékában állt. Úgy gondoljuk, hogy ez a legnehezebben elemezhető rész. Ide soroljuk a feltöltési sebességet, az újdonságok/hírek, a gyakran ismétlődő kérdések (GYIK) rovatokat és a keresési lehetőségeket is.
7. **Mennyire vonzó a Web oldal** – a grafikai elemek nagyon fontosak: a színskála, az oldal elemeinek színe, a háttérszín vagy –kép mind olyan elemek, amelyek fogva tartják a látogatót. De vigyázzunk, hogy ne vigyük túlzásba, ráadásul a túl sok grafikai elem negatívan hat a feltöltési sebességre. Ezek is nehezen értékelhető szempontok a Web oldalak elemzésénél.
8. **A böngészés könnyedsége** – feltételezi, hogy értékeljük a Web oldal szerkezeti felépítését: mennyire könnyen lehet az érdekes elemek, témakörök között navigálni. Részben figyelembe vettük a feltöltési sebességet is.
9. **Turisztikai ajánlatok** – ez az oldal tartalmazza az ajánlott termékek/szolgáltatások leírását. Ha sok az adat, jó megoldás egy hiperlink lista a megfelelő oldalakra. Megfigyeltük, hogy nagyon sok turisztikai iroda relációs adatbázisokkal és megfelelő szűrőkkel oldja meg ezt a problémát.
10. **Speciális szolgáltatások** – ez egy olyan rész, ahol az utazás mellett különleges ajánlatokat/szolgáltatásokat találunk: vízumok beszerzése, helyfoglalások stb.), üzleti

utak, valuta beváltás, turisztikai anyagok és eszközök (térképek, katalógusok, címkék, szórólapok stb.). Ez a helye azon szolgáltatások bemutatásának, népszerűsítésének, amelyek megkülönböztetik „kiemelik” a turizmus piacán az adott turisztikai irodát.

11. **Árlista** – megfelelően csoportosítva a termékek/szolgáltatások árlistáit tartalmazza. Ezen az oldalon meg kellene találjuk az egyéb szolgáltatások árlistáit is és a szervezet akciós politikáját.
12. **Online helyfoglalás** – minden turisztikai iroda honlapján kell legyen helye az *online* helyfoglalásnak. Ez az egyik legfontosabb része a Web oldalnak. Gyakorlatilag ez egy vagy több könnyen kitölthető űrlapot kell tartalmazzon. Ahhoz, hogy ne küldjenek pontatlan vagy hibás adatokat, ne feledkezzünk meg a validálási lehetőségekről. Az ügyfélnek lehetőséget kell nyújtani ahhoz, hogy kiválaszthassa, hogyan kapja meg a helyfoglalás visszajelzését (email, telefon fix/mobil, fax stb.).
13. **Egyéb információk** – ezen az oldalon olyan információkat találunk, amelyek nem szerepeltek más oldalakon: valuta árfolyam, időjárásjelentés, humor stb. Ezen oldal szerkesztéséhez használhatunk adatbázisokat, hiperlinkeket, képeket és videófelvevételeket.
14. A **Munkahelyek** – rész tartalmazzon munkahely ajánlatokat, Curriculum Vitae kitöltési útmutatót, a kérések leadásának a határidejét, a kapcsolattartó személyek nevét. Ha sok az adat, akkor az oldal felosztható több részre. Javasolt, hogy tartalmazzon egy elektronikus nyomtatványt.

A felsorolt oldalak/elemek a látogatók/kliensek számára nyújtanak információkat bel- vagy külföldi utazásokról. A Web oldalak böngészése során az elemeket 0-tól 5-ig pontoztuk és Excel táblázatba gyűjtöttük: 0 nincs adat (N/A), 1 nagyon gyenge, 2 gyenge, 3 jó, 4 nagyon jó, 5 kitűnő. Az erdélyi Web oldalak eredményeit a TR1, TR2 és TR3, a magyarországiakat a HU1, HU2 és HU3 táblázatok tartalmazzák.

TR1 táblázat– Erdélyi Web oldalak (1)

Értékelés	Jegy	Tanulmányozott elem				
		Isten hozott	Rólunk	Kapcsolat	Idegen Nyelvű Változatok	A Web-lap Térképe
N/A	0	5	9	0	25	10
Nagyon gyenge	1	14	7	3	8	21
Gyenge	2	7	9	12	5	7
Jó	3	10	10	24	7	7
Nagyon jó	4	8	6	7	2	2
Kitűnő	5	5	8	3	2	2

TR2 táblázat – Erdélyi Web oldalak (2)

Értékelés	Jegy	Tanulmányozott elem				
		Egyéb (GYIK, Hírek stb.)	Mennyire "Csábító"	Böngészhetőség	Turisztikai Ajánlatok	Speciális Szolgáltatások
N/A	0	18	0	1	4	17
Nagyon gyenge	1	9	3	4	9	8
Gyenge	2	8	7	16	12	7
Jó	3	9	20	20	11	10
Nagyon jó	4	2	12	7	5	2
Kitűnő	5	3	7	1	8	5

TR3 táblázat – Erdélyi Web oldalak (3)

Értékelés	Jegy	Tanulmányozott elem			
		Árak	Online Helyfoglalás	Egyéb Információ	Munkahelyek
N/A	0	15	34	12	48
Nagyon gyenge	1	11	4	6	1
Gyenge	2	6	3	11	0
Jó	3	9	2	10	0
Nagyon jó	4	6	2	6	0
Kitűnő	5	2	4	4	0

HU1 táblázat – Magyarországi Web oldalak (1)

Értékelés	Jegy	Tanulmányozott elem				
		Isten hozott	Rólunk	Kapcsolat	Idegen Nyelvű Változatok	A Web-lap Térképe
N/A	0	1	12	2	35	2
Nagyon gyenge	1	14	2	10	-	16
Gyenge	2	8	3	13	5	17
Jó	3	10	10	7	2	12
Nagyon jó	4	6	6	5	-	-
Kitűnő	5	9	15	11	6	1

HU2 – Magyarországi Web oldalak (2)

Értékelés	Jegy	Tanulmányozott elem				
		Egyéb (GYIK, Hírek stb.)	Mennyire "Csábító"	Böngészhetőség	Turisztikai Ajánlatok	Speciális Szolgáltatások
N/A	0	12	1	-	-	1
Nagyon gyenge	1	5	2	-	3	6
Gyenge	2	9	10	10	7	11
Jó	3	7	17	17	15	5
Nagyon jó	4	2	7	12	11	10
Kitűnő	5	13	11	9	12	15

HU3 – Magyarországi Web oldalak (3)

Értékelés	Jegy	Tanulmányozott elem			
		Árak	Online Helyfoglalás	Egyéb Információ	Munkahelyek
N/A	0	3	31	10	39
Nagyon gyenge	1	5	1	5	-
Gyenge	2	17	4	6	-
Jó	3	13	4	15	3
Nagyon jó	4	5	3	5	-
Kitűnő	5	5	5	7	6

3.1. Az Erdélyi Web oldalak kiértékelése

1. Az "*Isten Hozott*" oldalak jók (kitűnő – 10%, nagyon jó – 16% és jó – 20%) vagy nagyon gyengék – 30%.
2. A "*Rólunk*" oldalak eloszlása majdnem egyenletes a N/A (nincs adat) illetve a kitűnő között.
3. A "*Kapcsolat*" elem megtalálható minden tanulmányozott Web oldalon és eloszlása a következő: kitűnő – 6%, nagyon jó – 14% és jó – 50%.
4. A tanulmányozott Web oldalak több mint felének (52%) nincs "*Idegen nyelvű változatok*" része, 16% nagyon gyenge.
5. A "*A Web oldal térképe*" elem jelenléte vagy nagyon gyenge vagy olyan, mintha nem is lenne.
6. A "*Mennyire Csábító*" elem a gyenge és kitűnő között változik, nagy része jó (42%).
7. A "*Turisztikai ajánlatok*" és "*Böngészhetőség*" értékelése főleg a jó és a gyenge közé esik, mindkettő kevéssel 50% alatt.
8. A "*Speciális szolgáltatások*" és "*Árlista*" elemek kb. 66%-ban nem találhatók, ha igen, akkor nagyon gyenge vagy gyenge minőségűek.
9. Az "*Online Helyfoglalás*" oldal 70%-os arányban hiányzik a tanulmányozott oldalakról.
10. A tanulmányozott Web oldalakon nagyon kevés "*Munkahelyek*" ajánlatokat találunk (98%).
11. Nagyon sok a nem aktualizált Web oldal.
12. A Hiperlinkek 7%-a nem működik.

3.2. A Magyarországi Web oldalak kiértékelése

1. Az "*Isten Hozott*" elem "szóródik" a nagyon gyenge – 28% és kitűnő – 19% között.
2. A "*Rólunk*" elem kitűnő és nagyon jó 44%-ban, de a tanulmányozott Web oldalak negyedénél nincs ilyen jellegű elem.
3. A "*Kapcsolat*" elem majdnem egyenletesen szóródik a nagyon gyenge – 21% és kitűnő – 23% között.
4. A tanulmányozott Web oldalak majdnem háromnegyedénél (73%) nincs "*Idegen nyelvű változatok*" rész, 10% gyenge, de 13% kitűnő.
5. A "*A Web oldal térképe*" elem általában nagyon gyenge és gyenge, negyede jó.
6. Hogy "*Mennyire Csábító*" a Web oldal az értékelés a gyenge és kitűnő között változik, 35% jó.
7. A "*Turisztikai ajánlatok*" és "*Böngészhetőség*" elemek értékelése jó és nagyon jó.
8. A "*Speciális szolgáltatások*" és "*Árlista*" a gyenge és kitűnő között változik.
9. Az "*Online Helyfoglalás*" 66%-ban hiányzik.
10. A "*Munkahelyek*" rész 81%-ban nincs, de 13% kitűnő.
11. Nagyon sok Web oldal nincs aktualizálva.
12. A Hiperlinkek 3%-ban nem működnek.

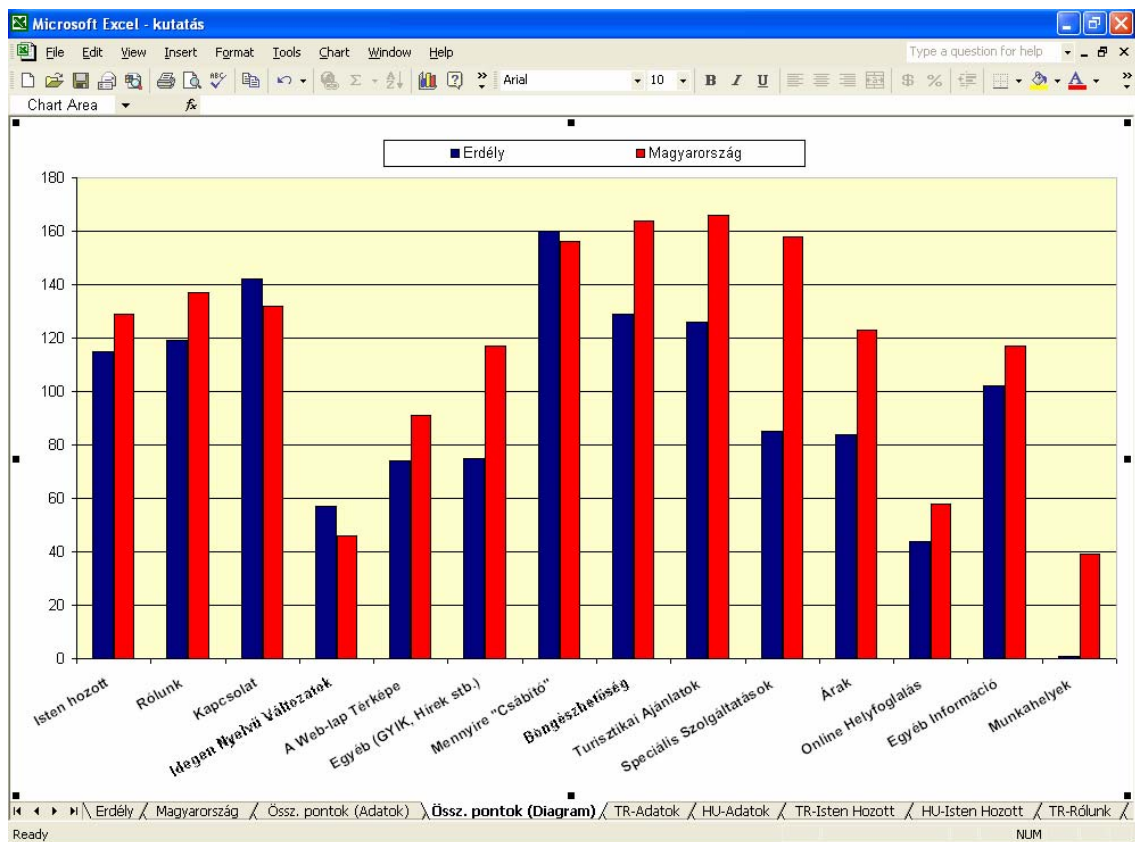
4. A tanulmányozott Web oldalak összehasonlítása

Ahhoz, hogy megállapítsuk a magyarországi és erdélyi Web oldalak közötti hasonlóságokat illetve különbségeket összesítettük a tanulmányozott elemek szerint az SD1 táblázatba a pontszámokat.

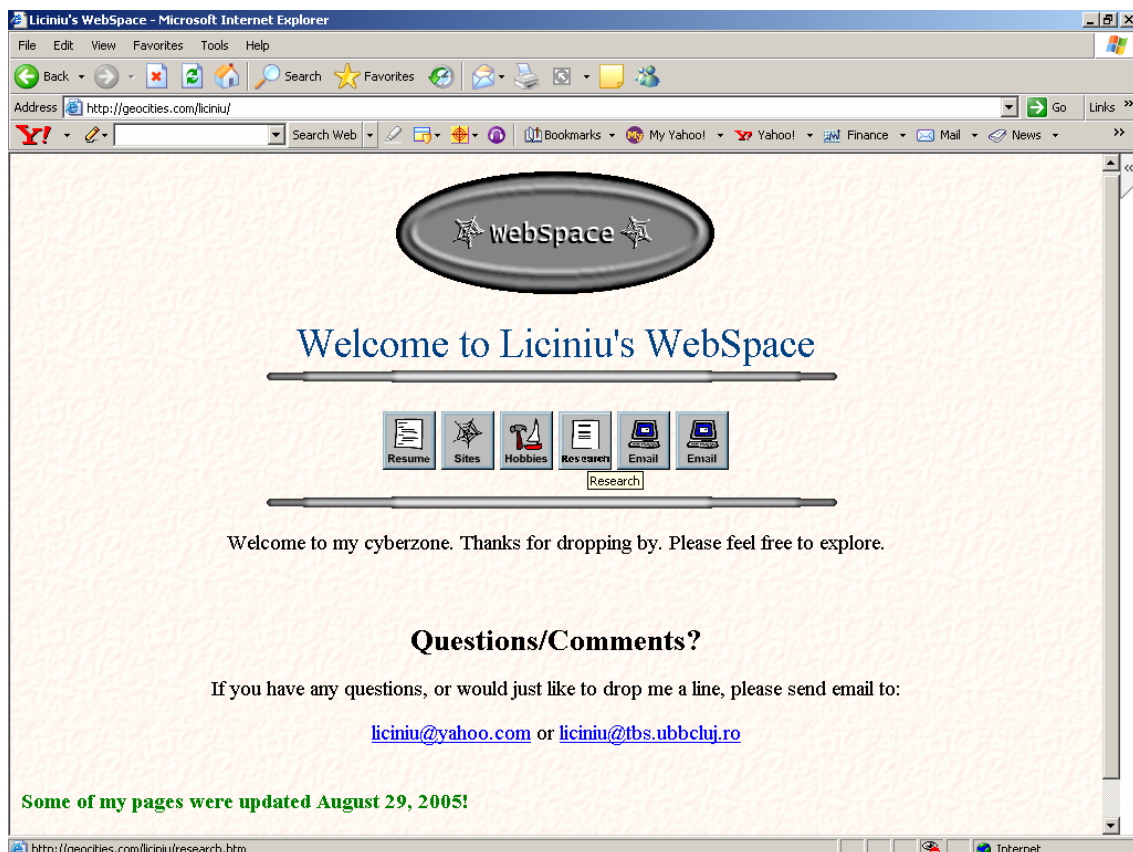
SD1 táblázat – Összpontszám a tanulmányozott elemek szerint

Tanulmányozott elem	Pontok	
	Erdély	Magyarország
Isten Hozott	115	129
Rólunk	119	137
Kapcsolat	142	132
Idegen nyelvű változatok	57	46
Web oldal térképe	74	91
Egyéb (GYIK, Hírek stb.)	75	117
Mennyire „Csábító”	160	156
Böngészhetőség	129	164
Turisztikai ajánlatok	126	166
Speciális szolgáltatások	85	158
Árlista	84	123
Online Helyfoglalás	44	58
Egyéb	102	117
Munkahelyek	1	39
ÖSSZESEN	1313	1633

FONTOS: Az Excel állomány (munkalapok az adatokkal és diagramokkal) megtalálható és letölthető (*download*) a Kovács Liciniu-Alexandru személyes Web oldala kutatási részéről (www.geocities.com/liciniu/index.html), magyar, román illetve angol nyelvű változatokban.



1.ábra Hasonlóságok és különbségek a tanulmányozott Web oldalaknál
Magyarország és Erdély - turisztikai irodák



2. ábra A www.geocities.com/liciniu/index.html kezdőlapja
A Kutatás rész tartalmazza az összehasonlító tanulmány adatait és diagramjait

Figyelembe véve az Excel táblázatok, az SD1 táblázat és az 1. ábra adatait a következő általános megfigyeléseket állapíthatjuk meg a magyarországi és erdélyi turisztikai irodák tanulmányozott Web oldalairól:

1. Nagyon sok erdélyi turisztikai Web oldalon hiperlinket találunk a bukaresti (Románia fővárosa) fiók felé; hasonlóan a magyarországiaknál ez a hiperlink Budapest (Magyarország fővárosa) felé mutat.
2. A magyarországi turisztikai Web oldalak jobbak az erdélyiekhez viszonyítva. Figyelembe kell vennünk azt is, hogy a Web oldalak 80%-nak székhelye Budapest.
3. Szakmai és IT szempontból a tanulmányozott Web oldalak nagyjából egy szinten állnak. Mégis, a magyarországi Web oldalakon az *Egyéb* és *Böngészhetőség* elemek jobb minőségűek.
4. Az erdélyi Web oldalak nagy része csak román nyelvű változatot tartalmaz, hasonlóan a magyarországiak csak magyar nyelvűek. Ez egy nagyon gyenge pont egy globális gazdaságban és főleg a turizmus szempontjából.
5. A magyarországi Web oldalak látogatói/kliensei jobb, minőségibb *Turisztikai ajánlatokat*, *Speciális szolgáltatásokat* és *Árlistákat* kapnak.
6. Szintén negatív észrevétel a tanulmányozott területeken az *Online Helyfoglalás* hiánya (70% Erdélyben illetve 66% Magyarországon). Ez a Web oldalak hatékony kihasználásának a rovására megy.

Ezen észrevételeinket statisztikai számításokkal is alátámasztjuk. Figyelembe véve a minták (a két terület – Magyarország és Erdély – tanulmányozott Web oldalai) eredményeit

összehasonlítást végeztünk **hipotézis tesztelés** statisztikai módszerrel. A módszer lényege abban áll, hogy összehasonlítjuk az elemek pontszámainak átlagát. A megbízhatósági szintre 95%-ot választottunk. A hipotéziseink:

Nulla hipotézis: $1. \text{átlag} = 2. \text{átlag}$

Alternatív hipotézis: $1. \text{átlag} < 2. \text{átlag}$

ahol az *1. átlag* a tanulmányozott erdélyi Web oldalak és *2. átlag* a magyarországi Web oldalak pontszámainak átlaga. Az eredmények az S1 táblázatban találhatók.

S1 táblázat – A statisztikai tesztelés eredménye

Tanulmányozott oldalak/elemek	Eredmények
Isten Hozott	Elfogadja a nulla hipotézist
Rólunk	Elfogadja a nulla hipotézist
Kapcsolat	Elfogadja a nulla hipotézist
Idegen nyelvű változatok	Elfogadja a nulla hipotézist
Web oldal térképe	Elfogadja a nulla hipotézist
Egyéb (GYIK, Hírek stb.)	Visszautasítja a nulla, elfogadja az alternatív hipotézist
Mennyire „Csábító)	Elfogadja a nulla hipotézist
Böngészhetőség	Visszautasítja a nulla, elfogadja az alternatív hipotézist
Turisztikai ajánlatok	Visszautasítja a nulla, elfogadja az alternatív hipotézist
Speciális szolgáltatások	Visszautasítja a nulla, elfogadja az alternatív hipotézist
Árlista	Visszautasítja a nulla, elfogadja az alternatív hipotézist
Online Helyfoglalás	Elfogadja a nulla hipotézist
Egyéb információ	Elfogadja a nulla hipotézist
Munkahelyek	Visszautasítja a nulla, elfogadja az alternatív hipotézist

Értelmezzük a fenti táblázatot:

Az "Isten hozott", "Rólunk", "Kapcsolat", "Idegen nyelvű változatok", "A Web oldal térképe", "Mennyire vonzó", "Online Helyfoglalás" és "Egyéb információ" elemek esetében az eredmény **"Elfogadja a nulla hipotézist"**. Ez azt jelenti, hogy a Magyarországi és Erdélyi turisztikai irodák Web oldalai lényegesen nem különböznek egymástól és a látogatottsági szintjük is nagyjából egyezik.

Az "Egyéb", "Böngészhetőség", "Turisztikai ajánlatok", "Speciális szolgáltatások", "Árlista", és "Munkahelyek" esetén az eredmény **"Visszautasítja a nulla és elfogadja az alternatív hipotézist"**. Ebben az esetben a statisztika azt mutatja, hogy az Erdélyi és Magyarországi turisztikai Web oldalak lényegesen különböznek ezeknél az elemeknél, a magasabb szint a Magyarországiaké.

A fenti összehasonlítások alapján feltevődik a kérdés: lényegesen különböznek-e a Magyarországi és Erdélyi turisztikai irodák Web oldalai? A pontszámok átlaga - az erdélyi Web oldalaké 26,79, a magyarországiaké 34,02 – a statisztikai módszerek azt mutatják, hogy igen, van lényeges eltérés a két terület között 95%-os megbízhatósági szinten.

Könyvészet

1. Andreica A., Bota F. (2001)
Informare și comunicare în rețelele de calculatoare, Editura Fundației pentru Studii Europene, Cluj-Napoca.
2. Drăgănescu M. (2004)
Noua cultură în secolul XXI, Ed. Semne, București.
3. Jones H. (1989)
Information Technology, W&R Chambers Ltd, Edinburgh.
4. Iasi A.F., Bremner L.M., Servati A. (1997)
Az Intranet Bibliája I., Kossuth Kiadó Budapest.
5. Kotler P., Armstrong G., Saunders J, Wong V. (1999)
Principiile Marketingului - Ediția Europeană, TEORA, București.
6. Kovács L., Șchiopu N.F. (2003)
Case study on Romanian hotels' websites, Studia Universitatis Babeș-Bolyai, Negotia XLVIII. (elektronikus változat: <http://www.geocities.com/liciniu/research.htm>)
7. Postelnicu Gh. (1997)
Introducere în teoria și practica turismului, Editura Dacia, Cluj-Napoca.
8. ***
WebShop Designer 2000 Installation Kit, Boomerang Software, Inc., 90 Concord Avenue, Belmont, MA, 02478.
 - *E-Commerce Guide*
 - *User Guide*
9. ***
Internet anyagok.