

大数据背景下智慧旅游管理模式发展研究

崔馨月 刘莉
吉林外国语大学

DOI: 10.12238/mef.v4i7.3912

[摘要] 大数据存在于我们生活的方方面面,人们在手机上查找出的热门出游地,实际上就是大数据给出的答案。旅游管理部门结合传统的管理模式,总结分析旅游业的发展演变,有助于管理者系统认识旅游行业的发展现状,为进一步改进、升级做好准备。

[关键词] 大数据;智慧旅游;管理模式

中图分类号: F592

文献标识码: A

Research on Development of Smart Tourism Management Mode under Big Data Background

CUI Xinyue, LIU Li

Jilin International Studies University

[Abstract] Big data is in all the ways of our life. The tourist attraction people found on their mobile phones is actually the answer given by big data. Combined with the traditional management mode, the tourism administration summarizes and analyzes the development and evolution of tourism which helps the managers understand the current situation of the tourism industry and prepare for further improvement and upgrade.

[Key words] big data; smart tourism; management model

现代旅游产业虽然已经应用大数据做了一些改进,但还是暴露出许多可以改进的问题,比如,游玩项目收费不规范、景区肆意营销、没有考虑旅客的游玩实际需求等等。这些问题的出现反映了管理者对大数据背景下的旅游规划落实不到位,没有分析思考新旧管理模式的优劣。为此,本文在介绍基于大数据的智慧旅游的基础上,对目前管理模式的发展状况进行了详细研究,有利于较好地解决现存问题。

1 大数据及智慧旅游的内涵

进入新时代以来,信息处理的速度越来越快,由此产生了大量的数据。这些数据的传播媒介类型多样,有图片、文字、视频等。数据的增长量巨大,短时间内可出现指数型激增。大数据具有众多优势,我们可以通过整合发现这些数据的价值。随着旅游业的进一步发展,新型旅游的概念也渐渐延伸出来,智慧旅游与智慧城市一样体现了我们对传统模式的改进,它们伴随着大数据时代而

生,运用科学数据管理现代产业发展,可让数据服务于旅游。

2 依托于大数据的智慧旅游发展

2.1 管理者根据数据分析客流量,做好产业规划

大数据的优势,在于把游客的信息分类整合,可做为旅游业的市场风向标,通过研究游客的购买取向,可以增加相关商品的产量,繁荣市场,为游客行为作正反馈调节。另外,依据于大数据的监控分流,实现了旅游资源的合理分配,防止景区拥堵,以致影响旅游资源的不合理消耗。大数据可以有效采集用户需求,并基于此做出对未来一段时间的趋势模拟,旅游产业投资者可以据此调节资金流向,把金钱投在热点项目上。

2.2 基于大数据的市场营销服务

当下,旅游业的发展体现了人们生活水平的提高,当人们的基本需求得到满足后,才开始考虑休闲游玩。景区运营者可以依据大数据反馈,找到游客最

喜欢的旅行方式。在这种背景下,旅游公司可以结合游客的实际需求、关注度等信息,为其量身定制旅游项目。比如,有家庭的顾客一般首选“亲子出游”项目,旅行社会适时推出线上订票系统,游客足不出户,关注旅行社的公众号就能快速报名,后续交通订票、酒店预订、购买景点门票等让游客自行解决。这样一来,避免了旅行社原来人为干预游客订票,从中赚取差价,引起游客不满的行为。这种方式既给了游客自由选择,还能提高旅游企业的市场竞争力。依托大数据,旅游企业、饭店以及导游欺骗消费者的不法行为会得到有效监督,提高顾客评价。旅游企业可借助大数据,对自身旅游产品、服务水平等有一个系统的认识,想法设法改进、提高。

2.3 在大数据时代强化旅游人才的输出

信息技术的转型升级也使得人才的筛选机制越来越严格,相关专业人才想要做好服务,需提高自身知识素养。高

校作为专业人才输出的最大来源,也应依托大数据,为旅游人才培养打好基础,教会学生理论知识,而且也要积极引导提高学生提高道德素质、人文情怀,结合大环境的需求转变思想,积极参与旅游实训和志愿工作。在大数据时代,依托数据、依托需求为智慧旅游的发展提供稳定的人才输出。

3 大数据背景下智慧旅游管理模型构建

以大数据为基础的智慧旅游管理模型,能够将海量的数据带入算法,为用户优化旅游线路、提供准确的景区信息、做出符合用户自身条件的出游建议,真正实现个性化出游。模型依托历史数据,将客户相关信息分门别类,提供包括预订机票酒店、购买意外保险、沿途叫车、出游记录以及花费预算等一体化服务,为旅游者提供当前区域内的各种必要信息,用专业数据做评估,测评出游指数,方便旅游者切实调整游玩计划,保证游客游玩过程的信息完全流通、实时共享。拥有大数据平台,可以简化管理流程。专家运用智慧旅游管理模型进行数据分析,可以将智慧旅游管理模型的平台分为4个子平台,依据投资份额的大小,具体细分为政府管理部门子平台、旅游者子平台、旅游企业或公司子平台以及旅游地居民子平台,各个平台之间有共同的考核指标,真正构建基于大数据的旅游管理模式。

3.1 政府——监管部门

政府相关部门主要负责旅游资金拨款、协调管理游客与旅游公司的纠纷。利用大数据技术访问政府旅游部门子平台,可以实现准确获取管辖区域的旅游流量和纠纷问题,帮助用户实现对旅游行业的实时监管。如果一些地区申请项目资金支持,政府旅游部门大数据系统就可以依据当地收入做图表分析,依据历史案例,选择最佳执行方案,提出合理建议。这项措施还将减少人为干预导致的预算不合理现象的发生。依托子平台的构建,改革区域旅游目的地旅游业的发展模式,从而形成区域旅游目的地的运营管理及服务、旅游业发展及管理的

新模式。

3.2 游客——旅游体验智能化

对于旅游者而言,出游前,可以通过微信公众号、小程序平台,实现对旅游目的地与旅游景区的快速查询、咨询路线以及查看周边交通情况等。出游之前,通过该平台,游客可以了解可能出现的交通拥堵情况,以及旅游景区的拥挤程度,并根据拥堵现状,适时选择更加合理的出游路线。景区服务方面,也能根据游客多少,让游客自主选择是否需要调整路线以节约时间,避免旅游者在路上堵车,影响游玩心情。平台适时提出最适合当前实际的建议,以帮助游客更好出行。到达旅游景区后,通过智能终端可以快速完成身份确认,进行电子门票验证后即可进入景区。游览过程中,游客打开智能终端可以按照几条不同的游玩路线进行游玩,当景区突发不安全事件时,游客的手机还会自动提示相应逃生路线图。游览一段时间后,智慧旅游系统还会询问用户是否需要分享感受,填写问卷调查,旅游者子平台会将用户反馈收集到相关模块,游客可以匿名提交信息,畅所欲言地表达自己的感受及想法,方便平台制订个性化出游建议,让后续的旅游者参考。这样的方式最大程度上满足了出游者的个性化需求。可见,智慧旅游能够带给旅游者全面而又细致的服务。

3.3 当地居民——辅助旅游服务

对于旅游地周边的居民而言,随着智慧旅游景区的发展,他们的生活也将发生些许改变。旅游管理者会承包当地居住区周边的道路翻修工作,增添很多适合小孩子的休闲娱乐设施,许多当地小吃也会随之而来,不仅带动当地旅游资源的开发,而且当地一些居民也能通过景区服务,找一些兼职工作来养家糊口,这些现象已经屡见不鲜了。比如,在黄山风景区,一些当地人就在山上经营,靠卖食品与手工艺品为生。周边地区居民的想法及意见都可以记录在平台上,旅游企业可以通过此平台了解居民的反馈,方便对旅游景区做进一步的优化与调整。

3.4 大数据背景下的智慧旅游应用

在基于大数据平台构建智慧旅游运营体系的平台上,必须充分利用和整合现有智慧城市建设的基础资源和已有成果,突出中心城市在智慧旅游运营体系中的地位和作用,充分整合区域内旅游管理和服务的力量,最终建立以大数据平台为基础的智慧旅游管理模式。推动大数据智慧旅游的进一步发展,需要管理者认真思考原有发展模式的问题,若是建设方面有漏洞,相关企业或单位应督促人员加快平台建设。应加强智慧旅游相关服务设施,以大数据分析整理,构建出旅游景区的智慧服务平台和游客消费需求与反馈平台,打造具有多元化优势的综合信息服务平台,精准协调区域范围内的人文资源,推进智慧旅游的进一步发展。

3.5 构建信息共享与资源管理机制

对旅游景区而言,企业高管等利益相关者应该积极加强信息公开透明度,将旅游资源等重要信息植入智慧旅游信息共享服务中,防止不法人员占用公共资源,谋取利益。信息与资源的监管离不开地方政府、旅游公司和旅游地居民的共同努力,过去出现的监管不到位现象,是由于这些信息缺乏管理与共享机制,使得各个单位的信息存在隔离,给了一些人可乘之机,现在大数据背景下的信息得到统一管理,将最大程度地减少此类现象的发生。

最后,应当加强对广大旅游人员的教育与宣传工作。智慧旅游的建设不是一朝一夕就能做好的,需要各方人员统一思想、团结一致。另外,争取社交媒体的监督显得尤为重要,毕竟智慧旅游作为一个新概念,社会对其认知程度相对较低。需要管理者利用微信小程序、公众号等方式宣传智慧旅游的优势与亮点,进一步提高社会公众对智慧旅游发展现状的了解。

4 大数据背景下旅游管理模式的分析

4.1 政府旅游部门科学地行业管理

对政府部门而言,可通过互联网或电脑终端开放旅游部门平台,使游客能

更方便、快捷地获取区域旅游信息,及时了解当地的旅游流量和市场监管情况,从而实现对旅游部门的实时监督。未来某一刻若有紧急事件发生,政府及旅游部门则要将相关信息及时传送到公共平台,给游客发出预警。根据智慧旅游管理模式,政府能够实时整合各子平台获得的信息,并做出相应的策略或应急预案,从而减少损失,让游客安心。以数据库中的历年事件做参考,选择符合当前情景的解决方案。在智慧旅游管理中,我们构建出多方利益攸关的管理子平台,创新旅游业的发展模式,形成了大数据背景下旅游产业发展的新模式,以及旅游目的地的经营管理和后续保障服务模式。

4.2 使得旅游服务全面智能化

曾经,广大消费者经常要在到达旅游地之后才知道一些游览项目需要再次购票,烦琐的过程使游客的兴致大减。现在,随着智能化的发展,游客在出游前能够方便快捷地对区域旅游目的地的信息有所了解,如景区门票、交通以及酒店的预订等。在出游过程中,游客打开景区的智能推荐,可以自主选择适合的旅游路线,提前做好预备计划。带小孩子的游客可以选择一些安全、稳妥的游玩项目,上了年龄的人可以适当减少爬山、过索道等较为劳累的环节。当游客进入旅游景区后,景区内可实时提供当前旅游的热点区域、人流量信息、卫

生间、观光车的位置等信息,尤其在重大节假日时,各大景区都在限流接客,游客需要更加智能化的服务以做好自身安全工作,充分享受智能化带来的高质量体贴服务。

4.3 旅游营销精准化

对于旅游公司或者旅行社而言,智慧旅游的管理模式为游客带来方便快捷的服务的同时,也能通过营销管理模型来收集游客的信息,对游客的旅游景区偏好、旅游消费需求、购买动机、购物时长接受程度、旅游花费预算等一系列信息进行收集统计,利用调查问卷或者历史数据来获知哪些旅游营销是顾客接受的。这样一来,就能减少之前旅行社与游客经常出现的纠纷,如旅行社欺瞒游客游玩项目、景区乱收费、高价游以及在服务中加入购物环节等乱象。企业也能提高市场信誉,合理分配消费任务,洞察市场变化做到高效率的营销,更好地发挥传统媒体和自媒体的优势。同时,旅游企业也能通过子平台及时发现网络上的一些负面信息,构建旅游企业负面影响的应急机制,对网络上的负面信息及时进行分析处理,采取相应的应对措施,从而降低负面影响。

5 结语

大数据时代,智慧旅游的建设是当下旅游业改进升级的重要方式,也是旅游业顺应时代潮流发展的必然选择。因此,相关旅游从业人员必须适时转变旅

游观念,顺应改革潮流,在大数据的基础上,提高各方人员对智慧旅游内涵的认识。适时开展旅游工作分析、客流监测和未来规划,把旅游营销、资源规划及旅游优质人才的引进培养结合起来,从旅游者的角度,进行顾客需求分析、路线优化和出行费用规划,切实考虑游客利益,加强对大数据和智慧旅游惠民政策的认识,使新时代的旅游业做大做强。

[参考文献]

- [1]陈美娜.智慧旅游的基本概念与理论体系[J].知识经济,2016(07):93.
- [2]龙莉.大数据背景下智慧旅游管理模式探讨[J].今日财富,2020(21):18-19.
- [3]张建涛,王洋.大数据背景下智慧旅游管理模式研究[J].管理现代化,2017(02):55-57.
- [4]张凌云,黎巛,刘敏.智慧旅游的基本概念与理论体系[J].旅游学刊,2012(05):66-73.
- [5]赵雯.大数据下的智慧旅游管理模式浅析[J].文渊(小学版),2019(03):56.
- [6]王鑫.浅谈大数据背景下智慧旅游管理模式[J].才智,2019(34):198.

作者简介:

崔馨月(2000--),女,汉族,吉林珲春人,吉林外国语大学国际文化旅游学院2018级旅游管理专业本科在读。

刘莉(1984--),女,汉族,吉林靖宇县人,副教授,硕士,研究方向:旅游营销、旅游文化。