

旅游信息技术与游客关怀

王 荣

内蒙古建筑职业技术学院 内蒙古 呼和浩特 010070

DOI:10.18686/jxgc.v2i2.21270

【摘要】随着社会的发展,旅游业在国民经济中的地位日渐凸显。它在带动区域经济发展,促进地区产业结构调整优化,弘扬宣传区域民族文化精神等方面具有不可替代的作用。当前一些区域在产业转型升级阶段,着眼于如何发展旅游业,获取更多的动力效力。因此当前旅游行业的内部竞争越来越大,地区旅游业要想能够发挥自身优势,提高消费者的黏性,必须能够做好旅游业的开发创新,其中除了挖掘本地区的硬性资源、旅游资源,优化基础设施之外,还要求能够提高旅游行业的服务质量,借助信息技术手段,放大旅游行业所带来的精神上的需求,为旅游业带来更多的“人文关怀”。基于此本文主要提出在旅游行业中创新研发旅游信息技术提高游客服务的重要性,以此为基础,提出在旅游信息技术下游客关怀所达到的作用效果,最终对现有的旅游信息技术进行分析,探索其带来的游客关怀的具体表现,从而为旅游信息技术的优化发展,游客关怀的未来进步提供一个前进的方向。

【关键词】旅游信息技术;游客关怀;作用

现代旅游业从本质上来说是一种能带动经济发展的文化活动。游客在旅游途中越来越多的追求一些精神层面上的收获。因此即便是拥有丰富的区域旅游资源,若是没有做好旅游文化服务,体现出人文关怀,则旅游者的深层需求将会受到一定的影响制约。因此如何提高游客关怀,关注游客心灵追求成为现阶段旅游业创新发展的重要方向。而同时伴随着互联网+的发展,旅游行业各阶段逐渐形成了网络信息化链条。如旅游景区宣传营销过程中,借助信息技术开展消费者精准定位推广;在旅游景区内,借助互联网+提高整个景区的信息技术,推广在线支付、快递直发等信息化服务。这些信息技术的投入从哪些方面上展开对游客的个性化服务,还有哪些方面仍旧做不到位,这些问题成为本文的具体研究内容。

1 旅游信息技术与游客关怀

1.1 旅游信息技术

旅游信息主要是指旅游活动、旅游资源和旅游经济现象等所产生的一切信息数据。而伴随着旅游行业的振兴发展,其所产生的信息数据呈现出指数化增长,而这些信息数据是支持旅游企业展开决策管理的重要支柱所在。这无疑是给传统旅游行业的发展带来了巨大的挑战。在此趋势下,旅游信息技术应运而生,其通过客户关系数据的移动分析技术、计算机多处理器计算技术、旅游产品的网上展示技术等让旅游业的信息实现共享应用,也由此改善旅游服务质量,为旅游企业增加收入,创造行业竞争优势。

1.2 游客关怀

游客关怀是从旅游服务概念中衍生出来的一个新的概念。人文关怀主要是指人能够通过旅游过程,以游客区域的自然景观、文化底蕴等为契机,加深自我对于人、生活以及社会的考察和体验。游客人文关怀正是从旅游过程中提供的满足游客需要的服务内

容中加深这种精神层次的体验。例如,照顾到游客旅游的目的和理念需求,确保游客在旅游服务过程中达到人性系统的自我实现。所以说游客关怀是一项基于物质服务基础和精神服务的最高层次的旅游服务需求。

2 旅游信息技术应用在游客关怀的现状

2.1 旅游信息技术在游客关怀中的应用优势

第一,旅游信息技术为游客关怀提供资源支持。游客关怀的实现基础在于知道游客想要什么,以及知道旅游地区有什么是可以提供的。当前旅游信息技术正是能够精准定位游客的心理需求内容,并且借助信息技术分析挖掘出区域旅游资源的内涵,实现两者优势互补。例如,在旅游信息技术支持下,智慧旅游发展系统应运而生,游客在前往当地的一个名人故居的时候,通过扫描上面的二维码进行购票,从而轻松地进入到故居之中,免除了游客排队消耗的时间,让整个旅游过程更加轻松,而这种轻松之余可以让游客

投入到对名人故居的体验和感悟之中。更重要的是,通过扫描名人故居上的二维码可以了解到,在这里曾经发生过什么,该名人的生平是什么样的。通过旅游信息技术所展开的信息平台的构建,让游客在参观景点的时候,能够知其然而知其所以然。提升游客对于景点所蕴含着的人文精神的体会和感悟。而这些旅游资源在传统的旅游服务体系中要想获得必须付出较多的代价,同时一些没有做准备的游客将会无缘这些旅游文化资源。因此可以说,旅游信息技术为游客关怀获得提供了丰富的资源支持。

第二,旅游信息技术为游客关怀提供帮助。事实上在一些自然景观的旅游景区中,为了保障自然景观原有的整体性和和谐性,在景区的建造中所做出的干预是有限的。例如,在景区当中迷路,可以通过GPS等信息技术,展开定位并且寻求帮助以及获取出去的道路。在信息技术的帮助下,游客在旅游过程中所产生的安全威胁将会大大降低。如此给予游客更高的体验感,让游客更有时间和精力去感悟自然,了解自我。

2.2 旅游信息技术在游客关怀中的应用问题

第一,旅游信息技术广泛应用忽视个别游客心理诉求。随着经济的发展,外出旅游的人群越来越多,不同年龄身份的游客要求达到的人文关怀的效果不同。但是在旅游信息技术广泛推广和应用过程中,技术的普遍性应用反而忽视了这一人与人的特殊问题。最终导致信息技术为游客关怀的获得感带来制约和不便。例如,对于老年游客而言,大多数老年游客在旅游过程中想要获得内心的安宁,寻找宁静和舒适的生活方式。但是旅游信息技术的广泛发展,致使在旅游服务过程中,频繁的数据信息推送,普遍的旅游信息技术应用,大大加深了老年游客获得这种人文关怀的效果。即,在游客就餐过程中,各大商家都在营销在线点餐、手机支付。但是对于一些老年游客而言,其并不是特别接受这种信息渠道,这无疑阻碍了其获得旅游心理满意。

第二,旅游信息技术飞速发展忽视游客人文关怀的本质。旅游信息技术的本质是一种技术手段,其为旅游服务,旅游发展所提供的一些便捷、高效的技术帮助。但是在旅游发展的现实历程中,旅游信息技术已经逐渐成为区域旅游业发展的另一种旅游对象。例如,一些地区的地区旅游资源推广中,采用的是手机全景图片,不出门就可以看到整个景区的全部景色,在酒店就可以吃到各个热门饮食店送货上门的食物。而这种“智能”旅游模式逐渐偏离旅游行业发展的本

质目标。可以说,旅游信息技术的飞速发展导致人们在旅游过程中不再是以追求人文关怀为主要的目标,而是单纯地追求一种快速、便捷的信息化的出行游览方式,通俗地说,在旅游信息技术的支持下,旅游活动成为“上车睡觉,下车尿尿,回到宾馆就睡觉”的表层旅游。

3 旅游信息技术对游客关怀的影响的优化措施

由上文可知,旅游信息技术对游客关怀发展是一把双刃剑。对此只有有效地弥补旅游信息技术的问题短板,才能够更好地实现旅游服务的人文关怀,为区域旅游业可持续发展提供动力支持。

3.1 注意游客信息安全,创新研发旅游信息技术

在游客人文关怀实现过程中,旅游信息技术发挥着重要的作用,但是同时旅游信息技术受到技术安全等条件的限制,导致其后续会泄露游客个人信息,给游客的个人信息安全带来危害。对此要求,第一,创新研发旅游信息技术手段,从根本上提高信息技术的安全系数,在旅游地区同游客互动的过程中,游客的个人信息能够以模拟的数据的方式呈现,避免旅游公司、旅游产业直接接触到游客的个人信息。第二,要从立法的角度保护游客的个人信息。事实上,在旅游服务过程中,旅游公司会对潜在游客的浏览记录分析得到其需要的旅游服务情况,从而在游客旅游过程中提供精准的人文服务。但是与此同时,旅游公司也会对这些潜在游客定位发送一些消费推广信息,在一定程度上,这些消息会给游客带来消极的旅游体验。导致游客忽视整个旅游的人文体验。因此要求从立法的角度入手,明文规定旅游公司不得对游客发送一些消费推广消息。通过增加违法成本的方式,杜绝游客个人信息的泄露,避免对游客的个人生活产生困扰。

3.2 提高对游客人文关怀的重视程度,借助信息技术重点开展人文服务

现阶段,游客关怀发展并不是每一个旅游地区普遍认知到的事情,在许多旅游景区,其仍旧是将发展重点放在提供游客的物质关怀层面上。对此也产生旅游信息技术成为旅游关怀发展掣肘的情况。第一,要求相关部门认知到实现游客人文关怀是旅游业实现可持续营造的重要内容,如此才能够重视并且挖掘旅游资源中的文化资源,营造起文化旅游的浓厚氛围。对此相关部门不仅仅是营造旅游行业的文化氛

围,更是要求在整个城市中做好文化精神文明建设,让整个城市都拥有浓厚的历史文化记忆,并且将这些文化记忆反馈到生活的方方面面。例如,一个拥有浓厚文化氛围的城市,其城市风气将会朝着文化方向发展,城市的产业结构将会自发地进行转型升级。而后续游客到城市旅游中,能够潜移默化地感受到这些文化氛围,获得人文关怀体验。第二,要求能够调动整个社会参与到人文关怀氛围的构建中。上述提到人文旅游规划由政府牵头,但是其执行者、践行者不仅仅是政府等相关部门,更是整个城市的每一个人的责任。当前需要将组织城市全体社区人们参与到文化建设中,参与到旅游开发活动中。如此才能够搞好旅游城市的文化建设,做好旅游文化宣传推广。

3.3 利用信息技术精准分析旅游需求,展开地区旅游资源的开拓发展

伴随着旅游行业的迅猛发展,行业内部的竞争也越发激烈,要想寻求自身的竞争优势,吸引更多的游客,产生消费者黏性,其必须能够借助旅游信息技术手段。第一,利用旅游信息技术手段更新传统旅游文化资源。旅游城市的建立和发展的前提就是要么拥有自然旅游资源(例如九寨沟)要么拥有浓厚的文化旅游资源(例如西安),而游客所产生的人文关怀体验是来自于文化和自然两者的融合体验。因此对于旅游城市而言,其必须能够借助信息技术手段,实现自然旅游资源和文化旅游资源的开拓创新。例如,某地

区拥有丰富的传统乡土文化气息,在此基础上,其可以借助自然资源,开发新的文化娱乐产品和服务。如品茶、乐舞、观赏果园等娱乐活动,让游客能够在美好的自然景观面前尽情玩耍,满足身心的需求,完成对其的人文关怀。第二,要求能够营造良好的生态旅游环境,利用生态文明理念开发并发展旅游业。在生态旅游环境的塑造过程中,更是要求能够借助旅游信息技术手段,利用旅游信息技术手段分析归纳出区域最佳的生态建设方案,并且模拟其给自然、区域经济带来的影响情况。例如,通过数学建模的方式,计算出该地区营造的生态旅游环境能够承担的最大的客流量,当出现人流量过大的时候,要如何进行分流管理。

4 结语

综上所述,游客关怀作为一种人文性的旅游服务效果,是现阶段旅游业实现以人为本发展的终极目标。而信息技术在提高服务质量,拓宽服务范围等方面具有重要作用。根据旅游业的发展现状可知,旅游信息技术已经贯穿到整个旅游行业始末,从最初到最后给游客带来人文关怀体验。可以说,这是旅游业未来发展的重要趋势所在。但是同时也要注意,在旅游信息技术挖掘、发展人文关怀的同时,需要注意到信息技术所具有的信息安全问题,因此在提升人文关怀的同时注重游客隐私,保障游客安全也成为重中之重。

【参考文献】

- [1]华成钢,白长虹. 旅游信息技术与游客关怀[J]. 旅游学刊,2020,35(1):7-9.
- [2]杜丽春. 基于人文关怀的河北省休闲旅游产业发展策略研究[J]. 环渤海经济瞭望,2019,06:77-78.
- [3]陈建斌,李文婷. 广州市旅游公共信息服务游客满意度研究[J]. 统计与管理,2017,05:63-68.
- [4]张晓莉,叶乃馨. 智慧旅游进入人文 IP 时代[J]. 智慧中国,2017,09:82-83.
- [5]崔琰. 山岳型景区游客的满意度影响指标与提升策略[J]. 开发研究,2018,02:71-77.