

1015 მოგზაურობა, ტურიზმი და დასვენება TRAVEL, TOURISM AND LEISURE

ქეთევან ნანობაშვილი, ელენე ცხომელიძე

საქართველოს დავით აღმაშენებლის სახელობის უნივერსიტეტი

David Aghmashenebeli University of Georgia

სოციალური მედიის როლი სასტუმრო ინდუსტრიაში

სოციალურმა მედიამ დღითი დღე მეტი მნიშვნელობა შეიძინა და უდიდესი გავლენა მოახდინა ჩვენი ცხოვრების თითქმის ყველა სფეროში. მან ძირფესვიანად შეცვალა ჩვენი ურთიერთობა, სწავლა, გართობა და ა.შ. გარდა ამისა მნიშვნელოვნად იმოქმედა ტურიზმის განვითარებაზე, როგორც გლობალური ეკონომიკის ერთ-ერთ ყველაზე აქტიურ სექტორზე. რაც ნათლად გამოჩნდა განსაკუთრებით Covid-19-ით გამოწვეული პანდემიის პერიოდში.

სოციალური მედიის მიმართ ფოკუსირებული მიდგომის გზებს შეუძლია დაეხმაროს კომპანიას ძლიერი ბრენდის შექმნაში, ფართო გამოფენების მოწყობაში მთელი მსოფლიოს მასშტაბით, გაზარდოს გაყიდვები, შექმნას და შეინარჩუნოს უკეთესი ურთიერთობა მომხმარებლებთან.

სოციალური მედია ფართოდ გამოიყენება ტურისტულ მარკეტინგშიც. აქ მთავარი მნიშვნელობა ენიჭება სოციალურობას და მომხმარებელთან აქტიურ ურთიერთობას, მათთან ხშირ კომუნიკაციას.

გააზრებულად გამოყენებულ სოციალურ მედიას შეუძლია სერიოზული როლი შეასრულოს ჩვენს მარკეტინგულ სტრატეგიაშიც. კარგი ვიზუალური ინფორმაცია ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ფაქტორია ტურიზმის ბიზნესისთვის, რადგან სტუმრებს სურთ წინასწარ ნახონ რას ვთავაზობთ. თუმცა, ჩვენი მხრიდან მარტო საკუთარ ქონებაზე ყურადღების გამახვილება არ არის მიზანშეწონილი. კარგი იქნება თუ გავაზიარებთ ინფორმაციას ქვეყანაში, ქალაქში ან ჩვენს მხარეში მიმდინარე მოვლენების შესახებ. ადამიანები შესაძლოა ეძებენ ინფორმაციას გარკვეული დღესასწაულის შესახებ და თუ იპოვიან ჩვენ პოსტს, შესაძლოა დაიწყონ მეტის კითხვა და ჩვენი პროფილის შემოწმება. შესაბამისად ეს ყველაფერი შესაძლებელია დასრულდეს ჩვენი პროდუქტის გაყიდვით, სასტუმროს შემთხვევაში დაჯავშნით. სოციალური მედია გვებმარება ჩვენი ბრენდის განსაზღვრაში და გვერდის ცნობადობის ამაღლებაში.

საიმედო ბრენდის შესაქმნელად სოციალურმა მედიამ შეცვალა გზები. ტურისტული ინდუსტრიისთვის ბროშურებისა და ბილბორდების ხანა დასრულდა. ბიზნესის წარმატების გასაღები არის სოციალური წილების შეგროვება, მომხმარებელთა დადებითი მიმოხილვები და მომხმარებელთა კმაყოფილება სოციალურ მედიაში.

იმისათვის, რომ სოციალურ ქსელში შევინარჩუნოთ ბევრი მიმდევარი საჭიროა გავითვალისწინოთ შემდეგი: ავტვირთოთ შესაბამისი და ხარისხიანი შინაარსის ინფორმაცია და რეგულარულად განვაახლოთ.

სოციალურ ქსელში ყოფნა მხოლოდ ნახევარი სამუშაოა. ეს ნიშნავს, რომ ამ პლატფორმებზე რეალურად საჭიროა ადამიანებთან სოციალიზაცია. საკმარისი არ არის სურათის ან აზრის გამოქვეყნება და შემდეგ მისი დავიწყება. როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ საჭიროა მიმდევრებთან მუდმივი კომუნიკაცია. მომხმარებელმა საჭიროა იგრძნოს, რომ მას უსმენენ და ზრუნავენ. შესაძლებელია სოციალური მედიის პროფილზე ცუდი მიმოხილვების არსებობაც. თუმცა აქაც უნდა მოხდეს პასუხის გაცემა რაც შეიძლება მალე, რადგან სხვა მომხმარებელმა დაინახოს, რომ მზად ხართ გამოასწოროთ შეცდომა, თუ სასტუმროს ბრალით რაიმე უსიამოვნო მოხდა. შესაძლებელია ვინმემ დატოვოს ცუდი კომენტარი მხოლოდ ცუდი განწყობის გამო - მასაც უნდა დავუტოვოთ სასიამოვნო და სახალისო კომენტარი.

ფრაზა „თუ ფეისბუქზე არ ხარ, არ არსებობ“ თავიდან სასაცილო ჩანდა, მაგრამ რეალობად იქცა. თუ გვსურს ჩვენი ბიზნესის წარმატება, უნდა ვიყოთ ხილული სხვადასხვა სოციალური მედიის

პლატფორმებზე. მათ შეიძლება ვუწოდოთ მარკეტინგის ინსტრუმენტები ჩვენს თითოეულს. ადამიანები იყენებენ ამ პლატფორმებს საინფორმაციო მიზნებისთვის, გამოცდილების გაზიარებისა და რეკომენდაციების მოსაძებნად. გვინდა თუ არა, ხალხის აზრი განსაზღვრავს ჩვენს ბიზნესს. ამიტომ საჭიროა ამ ინსტრუმენტის სწორად გამოყენება, რათა ჩვენი ბრენდი აღიქმებოდეს როგორც აქტიური, სოციალური და კარგად წარმოდგენილი ყველა შესაძლო ქსელზე.

პლატფორმების უმეტესობა მიზნობრივი რეკლამის განთავსების საშუალებას გვამძლევს. ჩვენ შეგვიძლია დავხარჯოთ არც თუ ისე დიდი თანხა, მაგრამ შევქმნათ ადამიანთა მიზნობრივი ჯგუფები. ეს გაზრდის პირდაპირი ჯავშნების რაოდენობას და შექმნის ჩვენი სტუმრების ტიპების მიზნობრივ ქსელს.

სასტუმროების პირდაპირი ინტერნეტით დაჯავშნა ყოველწლიურად 50%-ით იზრდება. შესაბამისად სასტუმროს მფლობელებისთვის მნიშვნელოვანია აქტიურები იყვნენ ონლაინ სამყაროში, რათა გაითვალისწინონ მომხმარებლის ტენდენციები (ისინი ცვლიან კომუნიკაციისა და ურთიერთობის ხერხებს) და მოერგონ ცვალებად გარემოს.

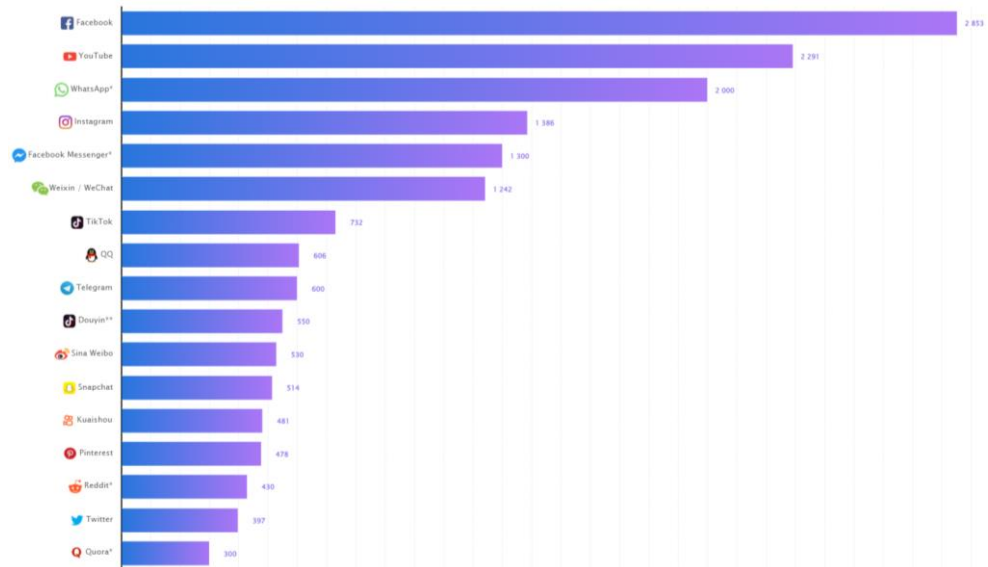
სოციალურ ქსელებში აქტიურად ყოფნა საშუალებას აძლევს სასტუმროებს მუდმივად განაახლონ თავიანთი მომავალი ღონისძიებები, აქციები, კეთილმოწყობა და სერვისები პოტენციური მომხმარებლების ფართო სპექტრისთვის, რეკლამაში დიდი დროისა და ფულის დახარჯვის გარეშე და არ უნდა დაგვავიწყდეს, რომ ხალხი ყოველთვის ონლაინ რეჟიმშია.

სასტუმროებს შეუძლიათ კიდევ უფრო წინ წაიწიონ და ინვესტიცია განახორციელონ მობილურ აპლიკაციაში. რა არის უკეთესი გზა თქვენს კლიენტებთან ხანგრძლივი ურთიერთობის დასამყარებლად, ვიდრე პირდაპირი კომუნიკაციის არხი თქვენ ორს შორის? ყველაფერი, დაწყებული აქციებიდან და დამთავრებული პირდაპირი ჯავშნებით შეიძლება გაკეთდეს მობილური აპლიკაციის საშუალებით, კლიენტები კმაყოფილი იქნებიან, სასტუმრო მიიღებს რეპუტაციას კარგი სერვისით და შესანიშნავი პლატფორმით წარმოაჩენენ თავიანთ ბრენდს.

როგორც ნებისმიერ სხვა ინდუსტრიაში, სოციალური მედიის დიდი სამეული - Facebook, Twitter და Instagram ლიდერია ტურისტულ ინდუსტრიაშიც. მიუხედავად იმისა, რომ ამ არხებს საკუთარი აუდიტორია ჰყავს, მოგზაურობა ყველა მათგანის ყველაზე მეტად გაზიარებულ თემებს შორისაა.

Facebook არის მსოფლიოში ყველაზე პოპულარული და რეიტინგული (აქტიური მომხმარებლების რაოდენობის მიხედვით) სოციალური ქსელი, შესანიშნავი პლატფორმა მომხმარებლების მოსაზიდად სხვადასხვა სოციალურ ჯგუფში. Facebook-ის რეკომენდაციების ფუნქცია საშუალებას აძლევს ადამიანებს გაუზიარონ თავიანთი გამოცდილება. მისი ეფექტურად გამოყენება შესაძლებელია მოგზაურობის მიზნებისთვის, ინფორმაციის მისაღებად, თუ რას ამბობენ მომხმარებლები თქვენი ტურისტული ბიზნესის შესახებ.

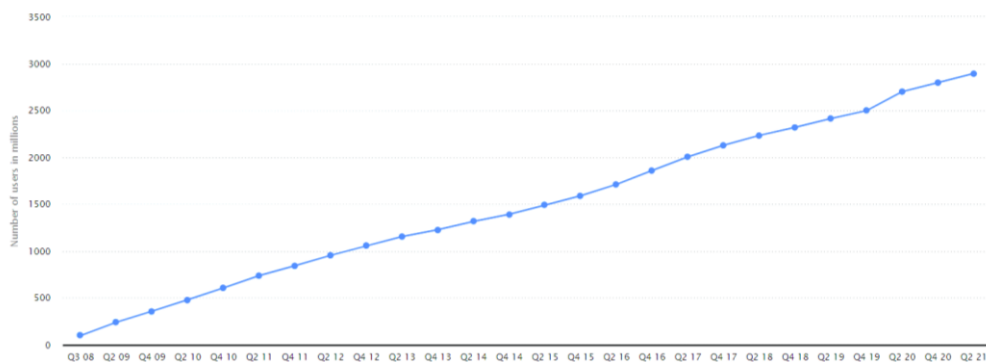
ბაზრის ლიდერი Facebook იყო პირველი სოციალური ქსელი, რომელმაც გადააჭარბა მილიარდ რეგისტრირებულ ანგარიშს და ამჟამად 2,85 მილიარდზე მეტი აქტიური მომხმარებელია ყოველთვიურად [1].



სურ. 1 ყველაზე პოპულარული სოციალური ქსელები მსოფლიოში, აქტიური მომხმარებლების რაოდენობის მიხედვით

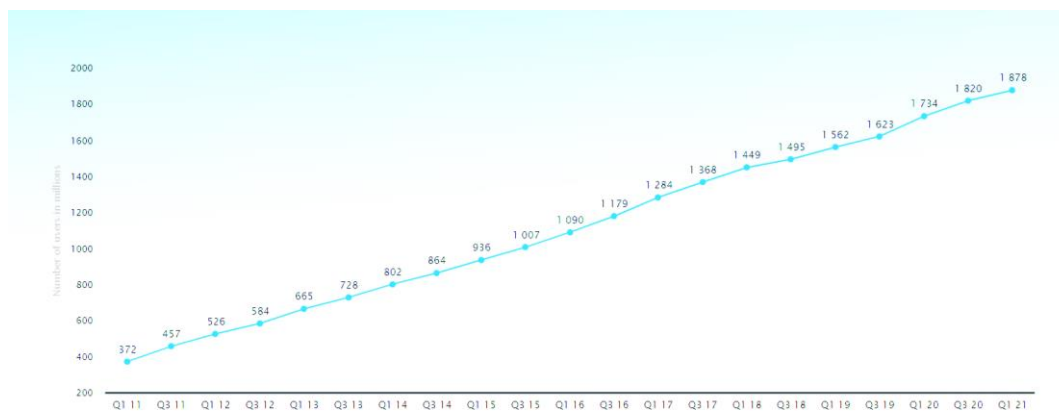
ქვემოთ მოცემული სტატისტიკის მიხედვით ჩანს, რამდენად დიდი რაოდენობის მომხმარებელი მოიხმარს ყოველთვიურად და ყოველდღიურად ფბ-ს. ასევე ნათლად ჩანს მათი მზარდი რაოდენობა.

2021 წლის მეორე კვარტლის მონაცემებით, ყოველთვიურად დაახლოებით 2,89 მილიარდი აქტიური მომხმარებელია[1].



ნახ. 2 ფეისბუქის ყოველთვიური აქტიური მომხმარებელთა რაოდენობა მსოფლიოში (მილიონებში) 2008-2021 წწ

2021 წლის მეორე კვარტალში Facebook-მა დღიურად 1,9 მილიარდი აქტიური მომხმარებელი (DAU) დააფიქსირა. საერთო ჯამში, ყოველდღიურად აქტიური მომხმარებლები შეადგენდნენ ყოველთვიური აქტიური მომხმარებლების 66 პროცენტს[1].



ნახ.3 ყოველდღიურად აქტიური მომხმარებელთა რაოდენობა მთელს მსოფლიოში 2011-2021 წწ

ვიზუალურ მასალაზე აქცენტის წყალობით, Instagram არის ერთ-ერთი ყველაზე ეფექტური სოციალური მედიის არხი. ეს არის შესანიშნავი პლატფორმა ტურისტული ბიზნესისთვის, რომ ჩაერთონ თავიანთ ამჟამინდელ და მომავალ მომხმარებლებთან. ინსტაგრამის გამოყენება დაგეხმარებათ ხალხის მოზიდვაში. თქვენ უნდა მიჰყევით მოგზაურობის „ჰემთეგებს“ და შექმნათ საკუთარი, რათა მაქსიმალურად გაზარდოთ თქვენი პოსტების პოპულარობა.

მიუხედავად იმისა, რომ ინსტაგრამი იტევს თქვენს ვიზუალურ მასალას, Twitter არის თქვენი ხმა. ეს პლატფორმა საშუალებას გაძლევთ ისაუბროთ მოკლე სამოგზაურო რჩევებსა და აქციებზე. მიუხედავად იმისა, რომ Twitter შეიძლება გამოყენებულ იქნას თქვენი ბრენდის ფოტოებისა და ვიდეოებისთვის, მისი რეალური ძალა განსაკუთრებით სასარგებლოა მომხმარებელთა მომსახურების უზრუნველსაყოფად. თუ გსურთ საუბრებში მონაწილეობის მიღება, უნდა გქონდეთ აქტიური Twitter ანგარიში.

ზემოთნახსენები პლატფორმების გარდა არსებობს სხვადასხვა პლატფორმა, რომელიც შეგიძლიათ გამოიყენოთ მოგზაურთა სხვადასხვა ჯგუფთან დასაკავშირებლად. მაგალითად, საქმიანი მოგზაურები აზიარებენ ინფორმაციას LinkedIn-ის ჯგუფებზე ბევრ თემაზე, მათ შორის საქმიან ვიზიტებზე. თუ გსურთ დაუკავშირდეთ ბიზნეს მოგზაურებს, იყენებთ LinkedIn-ს მათთან საურთიერთობოდ.

ჩვენ უკვე განვიხილეთ როგორ უნდა გახდეს სოციალური მედია გაყიდვების ერთ-ერთი არხი ჩვენი ბიზნესისთვის. თუმცა, არსებობს რამდენიმე სხვა ასპექტი, თუ როგორ შეიძლება სოციალურ ქსელში ყოფნა და აქტიურობა, რათა მივიღოთ მეტი სარგებელი ვიდრე რეკლამის გაკეთება და ის ვაქციოთ სტუმრებთან კომუნიკაციის შესანიშნავი არხად.

სხვადასხვა კვლევამ აჩვენა, რომ მომხმარებელთა 75%-ზე მეტი გადაწყვეტილების მიღებამდე „კონსულტაციას“ გაუწევს Facebook-ს, Twitter-ს, Instagram-ს. აქედან გამომდინარე ჩვენ უნდა ვიყოთ ყველა ამ ქსელში ჩართული. ეს კარგი პრაქტიკაა, რადგან ჩვენ შევძლებთ მეტად გაშუქებას უფრო დიდი მასშტაბით. თუმცა, ჩვენი მთავარი სტუმრების ჯგუფი შესაძლოა უფრო მეტად ეწვიოს ამ ქსელებს, ვიდრე სხვები. ამიტომ, ჩვენ უნდა განვსაზღვროთ ჩვენი სტუმრების აუდიტორია და მათი პრეფერენციები.

და ბოლოს დასკვნის სახით შეგვიძლია შემოგთავაზოთ შემდეგი რეკომენდაციები:

- > თუ თქვენ გაქვთ სასტუმრო და უფრო მეტად ამახვილებთ ყურადღებას საქმიან მოგზაურებზე, მაშინ მეტად აქტიური და თვალსაჩინო უნდა იყოთ Twitter-ზე.
- > თუ თქვენ ყურადღებას ამახვილებთ წყვილებისთვის რომანტიკულ სიტუაციების შექმნაზე, მაშინ აქტიური უნდა იყოთ Instagram-ზე.
- > თუ თქვენი მთავარი სტუმრები ოჯახებია, მაშინ აქტიური უნდა იყოთ Facebook-ზე.

ლიტერატურა

1. <https://acodez.in/facebook-users-worldwide/?fbclid=IwAR38yPMTGD12TAcsiMVbSas5i9qF51oozXJLlleVsl9bmZmLXTLk2tFKqzI>.
(გადამოწმებულია 20/12/2021)

რეზიუმე

განხილულია სასტუმრო ინდუსტრიაში სოციალური მედიის მნიშვნელობა, რომელიც ნათლად გამოჩნდა Covid-19-ით გამოწვეული პანდემიის პერიოდში. მოცემულია სხვადასხვა სოციალური ქსელის უპირატესობები და მათი მომხმარებლების ზრდის სტატისტიკა. ბოლოს შემოთავაზებულია შემდეგი რეკომენდაციები: თუ თქვენ ხართ სასტუმრო და უფრო მეტად ამახვილებთ ყურადღებას საქმიან მოგზაურებზე, მაშინ მეტად აქტიური და თვალსაჩინო უნდა იყოთ Twitter-ზე; თუ თქვენ ყურადღებას ამახვილებთ წყვილებისთვის რომანტიკულ სიტუაციების შექმნაზე, მაშინ აქტიური უნდა იყოთ Instagram-ზე; თუ თქვენი მთავარი სტუმრები ოჯახებია, მაშინ აქტიური უნდა იყოთ Facebook-ზე.

Ketevan Nanobashvili, Elene Tskhomelidze

The Role of Social Media in the Hotel Industry

Summary

The paper discusses the importance of social media in the hotel industry, which has grown during the Covid-19 pandemic. There are given the advantages of different social networks and the growth statistics of users. Finally, the following recommendations are suggested: If you are a hotel and focus more on business travelers, then you should be more active and visible on Twitter; If you focus on creating romantic situations for couples, then you should be active on Instagram; If your main guests are families, then you should be active on Facebook.