

Research on the Relationship between the Economy of Tourist Routes and Tourist Satisfaction

Yinzhu Lu

Suzhou Vocational Institute of Industrial Technology, Suzhou, Jiangsu, 215000, China

Abstract

The relationship between tourist route economy and tourist satisfaction is an important problem of tourism management. The research model is based on the theory of consumer satisfaction to analyze the economy of the tourist route and the tourist satisfaction. The data sources mainly come from random sampling surveys of major tourist attractions in China and comments on online tourism forums. It is found that the economy of tourist routes had a significant influence on the satisfaction of tourists. Specifically, the overall cost of tourist routes, cost performance and the richness of tourism services have the greatest impact on the satisfaction of tourists. For the low-income and middle-income tourist groups, the economy of the tourist routes becomes the main factor in determining the satisfaction. For high-income tourists, more attention is paid to service quality and personalized experience. The research results can help tourism enterprises and policies to understand and improve tourism route services, improve tourist satisfaction, and then promote the healthy development of tourism.

Keywords

tourist route economy; tourist satisfaction; satisfaction theory; service quality; personalized experience

旅游线路经济性与游客满意度关系研究

陆垠杼

苏州工业职业技术学院, 中国·江苏苏州 215000

摘要

旅游线路经济性与游客满意度之间的关系是一个重要的旅游管理问题。研究模型是基于消费者满意度理论,对旅游线路的经济性和游客的满意度进行相关性分析。数据源主要来自对中国主要旅游景区的随机抽样调查以及网络旅游论坛的评论。研究发现,旅游线路的经济性对游客满意度有显著影响。具体来说,旅游线路的整体花费、性价比以及旅游包含服务的丰富程度等指标对于游客的满意度影响最大。对于低收入和中等收入的游客群体来说,旅游线路的经济性成为决定满意度的主要因素。对于高收入游客群体,则更注重服务品质和个性化体验。研究结果有助于旅游企业和政策者理解和改进旅游线路服务,提高游客满意度,进而推动旅游业的健康发展。

关键词

旅游线路经济性; 游客满意度; 满意度理论; 服务品质; 个性化体验

1 引言

旅游业作为国民经济中的重要组成部分,正在影响着日益增多的人们的消费行为和生活方式。各种各样的旅游产品和旅游线路,满足了人们多元化的旅游需求,然而,随着消费者对旅游体验需求的提升,游客满意度也日益成为旅游行业关注的焦点问题。一方面,旅游线路的经济性直接影响着旅游消费者的消费支付和消费体验,消费者的满意度也直接影响着旅游企业的盈利水平和发展速度。另一方面,旅游线路的经济性并非所有消费者都重视,尤其是对于一些消费能力强的消费者,他们更关注的可能是旅游线路的个性化体

验与服务品质。因此,如何适应旅游消费者的消费需求,同时提高旅游消费者的满意度,是旅游企业和旅游政策决策者需要解决的重要问题。

本研究从旅游线路的经济性出发,分析消费者对于旅游线路经济性的感知与满意度之间的关系,寻找能够提高消费者满意度的旅游线路经济性的关键因素。同时,本研究还会探讨不同收入群体在旅游消费中对旅游线路经济性的感知与满意度的差异。希望通过这一研究,为旅游企业提供消费者满意度提升的策略建议,为政策决策者提供旅游线路经济运营的参考依据。

2 旅游线路经济性的概念和特征

2.1 旅游线路经济性的定义

旅游线路经济性是指旅游线路在满足游客需求的能够

【作者简介】陆垠杼(1980-),女,中国江苏苏州人,硕士,讲师,从事旅游管理、线路设计研究。

以较低的成本提供高质量的旅游服务的能力。它反映了旅游线路经济效益的程度,即在给予游客满意的旅游体验的前提下,实现资源的最优配置与最大利用。具体来说,旅游线路经济性包括以下几个方面的含义。

旅游线路经济性强调了旅游线路的成本效益。它考虑了旅游线路在提供旅游服务过程中的各项成本,包括运输成本、住宿成本、餐饮成本等。在保证游客需求满足的前提下,旅游线路应该尽量降低成本,提高经济效益。

旅游线路经济性关注了旅游线路的资源利用效率。在旅游活动中,资源是旅游线路的核心要素。旅游线路经济性强调了对资源的科学配置与合理利用,以最小的资源投入获取最大的旅游效益。

旅游线路经济性还涵盖了旅游线路的竞争力与市场适应能力。旅游线路的经济性取决于线路的市场竞争力,即是否能够吸引更多的游客和获得更高的市场份额。旅游线路应该具备市场适应能力,能够根据市场需求及时调整和优化线路,以满足游客不断变化的需求。

旅游线路经济性是指在保证游客需求满足的前提下,通过降低成本、提高资源利用效率和增强市场竞争力来实现最优化的经济效益的能力。它是旅游线路发展和管理的重要指标,对于提高旅游企业的竞争力和游客满意度具有重要意义。

2.2 旅游线路经济性的类别

旅游线路经济性可以分为三个类别:经济性、社会性和环境性。经济性是指旅游线路在经济层面上的效益和回报,主要体现为经济收入、就业增长和地区发展;社会性是指旅游线路对社会的贡献,包括文化交流、促进社会和谐以及提升城市形象等;环境性是指旅游线路对环境的影响,包括资源耗费、环境破坏以及能源消耗等。

2.3 旅游线路经济性的影响因素

旅游线路经济性受多种因素的影响。旅游线路的规划和设计对经济性有着重要影响,包括景点选择、交通线路规划以及行程安排等。旅游线路的成本控制和资源利用对经济性至关重要,包括酒店价格、餐饮安排以及活动费用等。旅游线路的市场需求和客户满意度也是经济性的关键因素,包括旅游线路的热门程度、游客口碑以及重游率等。

需要深入研究旅游线路经济性,以探索如何最大程度地提高旅游线路的经济效益和回报。这不仅可以促进旅游业的可持续发展,也可以满足游客对高质量旅游体验的需求。将深入分析游客满意度的理论和测量方法,以及旅游线路经济性与游客满意度之间的关系^[1]。

3 游客满意度的理论和测量

3.1 消费者满意度理论

消费者满意度是指消费者对产品或服务提供者满意程度的评价。在旅游领域,游客满意度成为评价旅游线路质量

的重要指标。有多种理论可以解释游客满意度的形成和影响因素。

赫茨贝格的需求层次理论认为,游客的满意度与满足其不同层次需求的程度相关。例如,基本生理需求、安全需求和社交需求的满足程度会影响游客的满意度水平。

KANO模型认为,产品或服务的属性和特征会对消费者的满意度产生不同的影响。根据该模型,产品或服务的基本属性可以满足消费者的基本期望,而其他增值属性则会增加消费者的满意度。

Oliver的认知-情感模型认为,游客对旅游线路的评价是一个认知和情感的复合结果。该模型提出了五个关键构建:知觉质量、知觉价值、满意度、情感反应和行为意向,它们之间相互作用,共同影响游客的满意度。

3.2 游客满意度的测量方法

为了测量游客的满意度,研究者采用了多种方法和工具。常见的测量工具包括问卷调查、观察和访谈等。

问卷调查是最常用的测量方法之一。通过设计合适的问卷,可以收集到游客对旅游线路各个方面的评价和意见。常用的测量指标包括对旅游线路的整体满意度、对各项服务的满意度、对价格的满意度等。

观察是另一种测量游客满意度的方法。研究者通过观察游客的行为和表情,判断他们对旅游线路的满意度。观察可以提供直接的、客观的数据,但可能受到主观因素的影响。

访谈是一种可以深入了解游客满意度的方法。研究者可以通过与游客进行个别或小组访谈,询问他们的观点和建议。访谈可以提供更详细和具体的信息,但受到样本数量和代表性的限制^[2]。

3.3 影响游客满意度的关键因素

游客满意度受多个因素的影响,其中包括旅游线路的物质条件、服务质量、旅游目的地的形象、个人需求和期望等。

旅游线路的物质条件是影响游客满意度的重要因素之一。例如,旅游线路的酒店设施、交通便利性、餐饮水平等会对游客的满意度产生直接影响。

服务质量是影响游客满意度的关键因素。良好的服务质量能够提高游客的满意度水平。服务质量包括服务人员的态度和技能、服务流程的效率和便利性等。

旅游目的地的形象也会对游客的满意度产生影响。旅游目的地的知名度、美誉度和形象塑造会影响游客的期望和满意度。

游客的个人需求和期望也是影响满意度的重要因素。不同游客对旅游线路有不同的需求和期望,其满意度也会有所不同。

游客满意度的形成和测量是旅游线路经济性与游客满意度关系研究中的重要内容。通过深入理解游客满意度的理论和测量方法,可以更好地分析旅游线路经济性对游客满意

度的影响,提出相应的策略来提高游客满意度。

4 旅游线路经济性与游客满意度的关系

4.1 旅游线路经济性对游客满意度的影响

旅游线路的经济性是指旅游线路所提供的服务与游客所支付的费用之间的关系。旅游线路的经济性对游客的满意度有着直接的影响。从经济角度来看,游客会希望能够以更低的费用获取更多的旅游服务,而旅游线路的经济性就是能否满足这一需求的重要指标^[1]。

旅游线路的经济性与游客的满意度密切相关。当旅游线路的经济性较高时,即游客所支付的费用相对较低,而所获得的旅游服务质量较高时,游客会感到物超所值,从而对旅游线路有着更高的满意度。相反,当旅游线路的经济性较低,即游客所支付的费用相对较高,而所获得的旅游服务质量较低时,游客可能会感到不满意,甚至对旅游线路产生负面评价,对旅游体验影响深远。

旅游线路的经济性对游客的旅游选择和消费行为也有重要影响。经济性较高的旅游线路能够吸引更多的游客选择并消费,从而带来更多的经济效益。而经济性较低的旅游线路往往无法吸引足够的游客,可能导致旅游线路的经营问题。

4.2 不同收入层次游客对旅游线路经济性的需求

不同收入层次的游客对旅游线路的经济性有着不同的需求。较低收入层次的游客通常对旅游线路的经济性较为敏感,他们更注重能够以较低的费用获得较多的旅游服务。对于这部分游客来说,旅游线路的经济性是选择旅游线路的重要因素之一。

较高收入层次的游客可能对旅游线路的经济性相对较为宽松,他们更注重旅游线路所提供的高品质服务和独特体验。对于这部分游客来说,旅游线路的经济性虽然重要,但并非唯一决定因素。他们更愿意为了获得更好的旅游体验而支付较高的费用^[4]。

旅游线路提供商应根据不同收入层次游客的需求,合理调整旅游线路的经济性,以满足不同游客的需求和期望。

4.3 提高旅游线路经济性对提高游客满意度的策略推荐

为了提高旅游线路的经济性,从而提高游客的满意度,以下策略可以被推荐:

旅游线路提供商可以通过降低成本来提高经济性。例如,可以采取合理的成本控制手段,优化资源配置,寻求合作伙伴,降低供应商成本等方式来降低旅游线路的运营成本。这样一来,可以在不降低服务质量的前提下降低费用,从而提高旅游线路的经济性。

旅游线路提供商可以通过提高服务质量来提高经济性。

高质量的服务可以增加游客的满意度,提高游客的消费意愿,从而实现经济性的提升。例如,提供更加贴心的服务,提升旅游线路的专业水平,提高导游和服务人员的素质等措施,可以带来更好的旅游体验,从而提高经济性。

旅游线路提供商还可以通过创新旅游产品和服务来提高经济性。例如,开发更加具有市场竞争力的旅游产品,提供个性化的旅游服务,增加附加值等方式,可以吸引更多游客选择该旅游线路,实现经济性的提升^[5]。

旅游线路的经济性与游客的满意度密切相关。通过合理调整旅游线路的经济性,提供更优质的旅游服务和体验,旅游线路提供商可以提高游客的满意度,实现经济性的提升。从而在竞争激烈的旅游市场中获得更好的业绩。

5 结语

从旅游线路经济性与游客满意度的关系研究中,我们清晰地看到旅游线路的经济性对游客的满意度有显著影响。这一结论尤其对低收入和中等收入的游客群体更具有指导意义,他们的旅游选择更多地依赖于旅游线路的经济性,因此旅游企业可以在制定旅游线路时,更多地考虑这部分游客的需求,提高其满意度,亦能提升企业的市场份额。然而,本研究的一些限制也值得关注。一方面,本研究依赖的数据主要来自随机抽样调查,这可能导致样本偏差。另一方面,本研究主要关注经济性对满意度的影响,忽视了其他可能的影响因素,如游客的心理预期,服务体验等。今后的研究中,应尝试纳入更多的影响因素,以更全面地理解旅游线路经济性与游客满意度的关系。例如,可以进一步探索不同收入层次的游客群体对服务质量的需求和对旅游线路经济性的敏感度。

总体来说,本研究为旅游企业提供了宝贵的参考资料,有助于优化旅游线路设计,也为政策制定者提供了策略建议。期待未来更多的研究能进一步解析旅游线路经济性与游客满意度的关系,推动旅游业的持续发展。

参考文献

- [1] 黄凯,薛秀林,冯小鲁.旅游线路经济性对游客满意度的影响研究——以山西全域旅游为例[J].中国流通经济,2023(2):86-95.
- [2] 姜淑宁,唐晓梅.基于消费者满意度理论的旅游产品经济性研究[J].西华大学学报(哲学社会科学版),2021(4):77-83.
- [3] 王晓霆,黄勇,黄涛,等.基于网络评论数据的旅游满意度研究——以自然风景旅游区为例[J].世界科技研究与发展,2021(3):367-373.
- [4] 钟燕,吴秋芳.旅游经济性影响因素与满意度关系的实证研究——基于广州出境游客的调查数据[J].地理科学,2019,39(12):1980-1989.
- [5] 姚蔚.高收入游客旅游消费行为与满意度影响因素研究[J].地理科学,2020,40(11):1822-1831.