

第 7 章 结论与不足

7.1 总结

研究泰国游客赴云南旅游的消费行为的实践意义在于寻找游客的消费行为特点,发现游客在旅游活动中的行为规律,预测云南面对国外游客的入境旅游的未来发展趋势。针对其特点和规律,结合云南入境旅游发展现状,为云南入境旅游发展乃至中国入境旅游发展,特别是在特色旅游产品的开发、旅游市场营销等方面提供理论依据。中国—东盟自由贸易区成立以来,云南的入境旅游蓬勃发展,尤其是自从 1999 年开始举办世界园艺博览会以来,云南每年接待的外国游客与日俱增。在昆明的文化巷、在大理的洋人街以及在丽江古城的酒吧里,随处都可见到外国友人的身影。目前,云南正在加快推进大湄公河次区域、中—印—缅—孟区域、滇—老—泰—缅“金四角”、昆明—河内“黄金走廊”的旅游合作。同时,也积极参与旅游合作宣传促销工作,努力构建面向东南亚、南亚的国际区域旅游圈。并且 2013 中国国际旅游交易会将于 2013 年 10 月 24 日至 27 日在云南昆明举办,这有利于云南把自己推向更高的世界旅游舞台。

根据云南旅游目前的发展现状来看,云南的旅游发展在不断发展的过程中存在机遇与挑战,因此开发更多具有当地特色的旅游线路、旅游产品是相当重要的。作为云南的主要旅游客源国之一,泰国赴滇旅游市场发展迅速,有着广阔的前景。我们要深入了解和把握泰国入境旅游市场的特点,利用云南丰富的旅游资源及地理优势,可以通过多途径开发泰国入滇的旅游项目。开发创新型旅游产品、加强对泰旅游营销,加强旅游基础设施的完善,促进泰国赴滇旅游市场的持续深入发展。本文通过五、六、七章进行对赴滇旅游的消费者行为进行研究,深入了解泰国消费者的购物行为,通过分析得出相应结论:

1. 泰国旅游者购物行为特点:具有购物部分性、购物自主性强、再次购物机率小、购物服务要求高等特点。
2. 购物时受他人影响程度小。
3. 喜欢自选方式,不喜欢陈旧的购物方式,喜欢舒适无束缚的购物方式。
4. 在购物要求上,除产品本身特质外,服务占重要组成部分。
5. 在购物时最担心的是质量问题。

7.2 研究不足及展望

7.2.1 研究不足

由于研究时间、精力以及个人泰语能力的限制，本研究课题泰国赴滇旅游消费者行为研究还存在着不足与有待改进和深入的方面。

(1) 调查样本量不充分，样本选取不全面。消费者行为学是一个涉及面广的学科，样本的选取关系到研究成果的质量和推理描述的全面与科学，由于个人精力与时间以及泰语水平有限使得在样本选取上只选取了 200 例样本，在选取样本的时候由于受操作的可行性制约，样本选取还不够充分不够全面。

(2) 旅游消费者行为的有关变量非直观性。一些变量也因时间或地点的不同而存在着差异变化，因而推理过程很可能因时间与地域的变化而产生不同的结论或效果，难免存在偏差。

(3) 旅游消费者行为的主观性强。个人的经历会影响态度或感知，因而在分析动机、偏好时，存在主观性的影响，因而在分析时，必然会存在一定的偏差。

(4) 消费者行为涉及因素多。这些因素可能来自于消费者个体，也可能来自于外部环境等诸多客观因素。经济、社会、地区、信仰、政策等等。面对大量因素，研究也只能做到宏观描述性分析，且各种因素可能存在相互作用，这些作用可能是促进或抵消，因此研究只就某些因素进行交互分析，总结宏观规律。

(5) 语言互换差异。由于中文与泰语在一些词语表达方式存在差异，因此一些具有针对性、学术性的词语在表达的方式上存在互相冲突。

7.2.2 研究展望

根据本研究所获得的经验，可提供下列几项建议，作为后续研究之参考：

(1) 扩大样本选取数量，在泰国不同城市进行问卷调查，使样本更具代表性，可以更准确的反映泰国消费者旅游购物行为的特征。

(2) 本研究没有比较对象，后续研究者还可以进行参照比较研究，从而发现更多更好的发展策略。

(3) 中泰学者在旅游领域应该相互学习，沟通，交流。