

张家界与韶山景区

游客满意度的影响因素比较研究

刘颖洁

(湖南师范大学旅游学院, 中国湖南 长沙 410081)

【摘要】以国家5A级景区张家界和韶山为研究样本,以问卷调查数据为基础,通过对被访者背景数据的比较分析、运用因子分析和线性回归法对不同区域影响景区游客满意度感知的数据进行统计分析,揭示了影响游客服务质量满意度感知因素的一般规律和区域差异特征,主要体现在三个方面:一是游客旅游目的地选择的差异;二是游客感知的服务质量满意度影响因素的差异;三是游客感知的服务质量满意度主要影响因素的差异。

【关键词】游客满意度; 影响因子; 张家界景区; 韶山景区; 湖南

【中图分类号】F59

【文献标志码】A

【文章编号】1000-8462(2016)10-0216-06

DOI: 10.15957/j.cnki.jjdl.2016.10.030

湖南省委书记、省人大常委会主任徐守盛在湖南旅游发展大会上强调,“要在完善旅游基础设施、健全配套服务体系、建立智慧旅游体系、提高综合监管水平的基础上,以突出游客满意为导向,营造便捷、安全、舒适、文明的旅游环境”^[1]。这就要求我们不仅要打造绿水青山等“硬环境”,更要下大力气打造便捷、安全、舒适、文明的“软环境”。旅游软环境的优劣不仅影响旅游产业的发展,还对旅游目的地的形象产生直接影响。评价旅游软环境优劣的重要指标是游客满意度。

学界对游客满意度的研究源于商业活动中顾客满意度的研究。早期关于顾客满意度的研究认为,影响顾客满意度的直接原因是顾客从期望到感知所产生的差异。游客满意度是游客对目的地的游前期望与游后感知的相对关系,它是影响旅游目的地吸引力及游客重游意愿的关键指标^[2]。Bread等认为,游客满意度是建立在游客期望和现实体验相比较的正效应基础上的^[3]。后续的研究主要集中在感知绩效等要素对于游客满意度的影响方面,他们认为感知绩效与游客满意度存在直接的相关关系,感知绩效对游客满意度的影响甚至超过游客期望值差异的影响^[4]。在游客满意度测度模型方面,多数研究认为单纯感知模型测度结果要优于“期望—差异”模型^[5-6]。在此基础上,国内学者也多采用单纯感知模型来对游客满意度进行定量研究,并针对台湾、九寨沟、庐山、韶山和皖北等旅游景点和地区的游客满意度进行了评价^[7-11]。综观国内外已有研究成果,从旅游基础设施和游客层面对游客满意度影响要素进行分析研究的较多,从软环境特别是多维度服务质量测度方面对游客满意度研究的较少。本研究在借鉴分析和综合已有的相关游客满意度测度研究成果的基础上,从多维度服务质量测度着手,运用满意度的感知实绩测量法,以张家界和韶山景区游客满意度访谈和问卷调查数据为基础,着重于影响景区游客满意度感知因子的比较分析,试图为不

收稿时间: 2016-04-25; 修回时间: 2016-08-31

作者简介:刘颖洁(1982—),女,湖南衡南人,博士,讲师,硕士生导师。主要研究方向为旅游及酒店管理、旅游文化、酒店文化。E-mail: 33854977@qq.com。

同区域景区的管理及旅游品牌价值的提升提供参考。

1 研究区概况

湖南旅游资源丰富，拥有壮美奇绝的自然景观、源远流长的历史文化、世人景仰的革命圣地、多姿多彩的民族风情，是名副其实的旅游资源大省。“十二五”期间，全省旅游产业得到迅猛发展，产业素质也明显提高，成功实现了由旅游资源大省向旅游产业强省的转变^[1]。据统计，2015年全省接待游客4.71亿人次，旅游总收入达到3 659.96亿元，分别是2012年的1.6倍和1.7倍，旅游总收入占全省GDP的比重达到12.78%，旅游业对经济发展的支撑作用、社会和谐的促进作用、生态建设的推进作用、对外交往的桥梁作用全面彰显。虽然湖南旅游产业发展态势良好，但暴露出来的问题也是显而易见的。突出表现在区域发展不平衡及普遍存在的重开发轻管理、重“硬环境”轻“软环境”现象。本研究拟选择旅游产业特别关注的“软环境”建设入手，通过对张家界、韶山旅游区游客满意度影响因子及区域差异的比较研究，探索和揭示不同区域及相近（同）类别旅游景区“软环境”建设的差异及规律。

张家界和韶山是享誉国际及国内的著名旅游品牌和旅游目的地^[12]，是湖南旅游的“名片”。张家界旅游区拥有国家5A级景区张家界国家森林公园、天门山国家森林公园及国家4A级景区黄龙洞景区、宝峰湖景区和土家风情园（土司王城）。韶山旅游区也是国家5A级景区，拥有毛泽东故居、滴水洞、韶峰等优质景区。张家界和韶山旅游区是自然风光游和人文及红色旅游的典型代表，也是国际游客和国内游客的热门旅游目的地，同时还是湖南旅游产业的龙头景区。据统计2015年两旅游区接待游客5 814.62万人次，旅游总收入达484.05亿元，分别占全省游客接待量及旅游收入的12.34%和13.23%^①。因此，选择张家界和韶山旅游区作为旅游产业“软环境”建设的研究样本，具有相当的典型性和代表性。

2 研究方法

2.1 评价指标的确定

游客满意度评价指标体系的确定，是围绕旅游活动中“食、住、行、游、娱、购”等要素进行设计的，国内外相关学者对游客满意度评价指标体系的研究已进入一个比较成熟的阶段^[13-14]。本研究评价指标的确定，充分考虑了旅游产业的行业特点，并尽可能吸收已有研究成果，并以国标GB/T17775-2003（国家旅游局关于《旅游区（点）质量等级的划分和评定》）^[15]、中国旅游研究院2009关于旅游满意度调查的测量维度及Cronin & Taylo“r 绩效感知服务质量度量方法（SERVPERF量表）”等为主要参考依据^[5, 16]。评价指标体系确定后，以访谈和问卷调查的方式，先在韶山旅游区进行前期调研。发放问卷100份，并对问卷所收集的数据进行信度和效度及测项设置的合理性进行评估，根据评估结果对问卷进行适当调整和修改，最终形成本次研究的如下核心评价指标体系：一级指标3项：旅游过程中对服务质量的感知、游后总体感受、重游及推荐情况；二级指标10项：旅游交通、旅游餐饮、旅游住宿、旅游购物、旅游景点、导游服务、旅游质量总体评价、总体满意度、重游意愿、推荐意愿；三级指标40项。其中“旅游过程中对服务质量的感知”细化三级变量指标35项。

2.2 问卷发放及评价方法

评价指标体系确定后，本次调研主要通过发放问卷的形式进行，问卷完成及收回有效问卷见表1。

问卷采用李克特5分值量表，让接受测评者根据自己的实际感知填写对各评价项的满意程度，1代表很不满意、2代表不满意、3代表一般、4代表较满意、5代表很满意。将游客对景区服务的主观感受进行量化。问卷中可量化的指标组成满意度体系。

¹ ①数据来源：湖南省旅游局2015年统计数据。

表1 样本统计表
Tab.1 Sample statistics

景区	有效样本量/个	完成量/个
韶山景区	300	450
张家界景区	300	757
合计	600	1 207

2.3 数据分析方法

将收回的两个景区的全部有效调查数据采用SPSS统计软件包分别进行处理，首先对游客的基本情况进行描述性统计分析，然后以主成分及方差极大正交旋转法提取特征值大于1的因子，分析提取主要的满意度影响因子，并以线性回归分析法分析提取的景区满意度影响因子与游客总体满意度的相关关系。

3 数据分析

3.1 两景区游客基本情况分析

3.1.1 两景区被访者背景数据的比较分析

在性别构成方面，在被访者中，张家界景区男性比例占52.33%，女性比例占47.67%。韶山景区男性比例占50.33%，女性比例占49.67%。总体看男性略高于女性，但差别不是太大；两个景区游客年龄段集中在22~40岁之间，其中张家界景区20~35岁年龄段占87.67%，韶山景区26~40岁年龄段占72.00%，从两景区游客年龄结构来看，韶山景区的游客年龄段要大于张家界景区，这也从侧面反映了不同年龄段游客对旅游目的地选择的偏好。从游客职业构成来看，（企业管理人员、文职人员和专业人员）三种职业的构成占总游客的一半以上，其中张家界占51.33%，韶山占58.00%。这一数据表明旅游营销工作应加强对不同职业游客，特别是学生游客的引导和推广。总体来看，两景区游客在家庭收入及年旅游支出方面两景区没有大的出入，说明游客对两景区的选择与旅游支出没有太大关系。

3.1.2 客源地比较分析

以收集到的数据为基础，利用ArcGIS10.2平台和Excel平台从多尺度视角对客源地市场进行空间分析，得到图1。

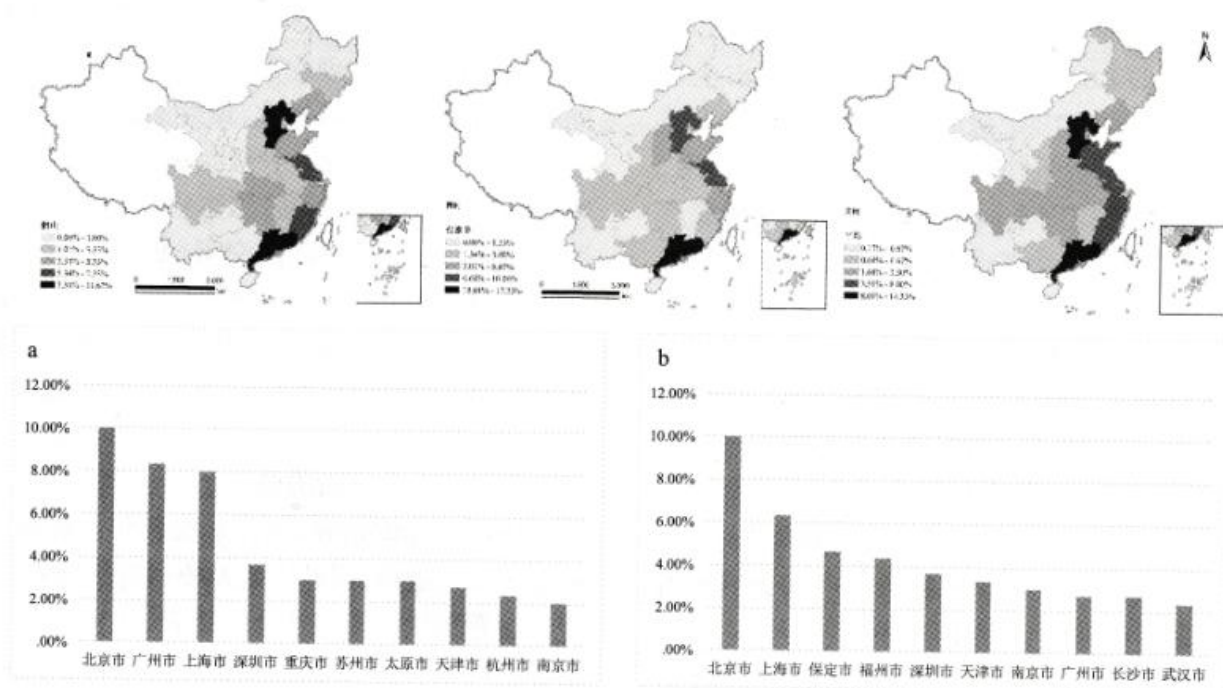


图1 张家界(a)和韶山(b)景区客源地多尺度分析
Fig.1 Multi-scale analysis of scenic spots in Zhangjiajie (a) and Shaoshan (b)

在受访者中，客源地按省份排名张家界景区主要游客来源地前五名分别是：占比最高的广东省，占比17.33%，其次是北京，占比10.00%，第三是江苏省，占比9.00%，第四是上海，占比8.00%，第五是河北省，占比7.67%，湖南第十二位，占比2.67%。韶山景区受访者中，游客的主要来源地按省份排名前五名分别是：占比最高的河北省，占比11.67%，其次是广东省，占比11.33%，第三是北京市，占比9.67%，第四是福建省，占比7.33%，第五是上海，占比6.33%，湖南第十一位，占比3.67%。

两景区游客来源地按城市排名张家界景区受访者中，游客的主要来源城市排名分别是：占比最高的北京市，占比 10.00%，其次是广州市，占比 8.33%，第三是上海市，占比 8.00%，第四是深圳市，占比 3.67%，第五是重庆市，占比 3.00%，长沙市第十九位，占比 1.67%。韶山景区受访者中，游客的主要来源城市排名分别是：占比最高的北京市，占比 10.00%，其次是上海市，占比 6.33%，第三是保定市，占比 4.67%，第四是福州市，占比 4.33%，第五是深圳市，占比 3.67%，长沙市第九位，占比 2.67%。从受访者的客源地分布状况来看，一个显著特点是：张家界和韶山两大景区的主要游客来源地均不是本省。省外游客占张家界和韶山总游客量的 97.33%和 96.33%，充分反映了两大景区具有较高的知名度。虽然省外游客总比重很大，但主要集中在北京、上海、广东、河北和江苏等地，分布很不均匀。因此，营销过程中在拓展省内旅游市场的同时，也要有针对性地对省外市场进行进一步的宣传和营销工作。

3.1.3 信息获取途径的比较分析

在受访者中，张家界景区游客信息获取途径的主要方式：占比最高的是亲朋好友的推荐，占比50.67%，其次是网络渠道的介绍，占比20.67%，排名第三的是旅行社推荐，占比12.67%。韶山景区受访者中，信息获取途径的主要来源占比最高的也是亲朋好友推荐，占比41.33%，其次是旅行社推荐，占比19.33%，排名第三的是网络渠道介绍，占比17.67%。从对两大景区的信息获取途径来看，均是亲朋好友的推荐、网络渠道的介绍、旅行社的推荐三种形式为主，其中亲朋好友的推荐占比接近一半，可见口碑效应在旅游信息传播中的重要作用。但是当今社会是一个信息社会，网络和广播电视已成为主流信息传播方式，因此，在口碑传播的基础上，应重点加强网络和广播电视的传播力度，以提高景区的旅游目的地吸引力和知名度。

3.2 游客满意度因子分析

因子分析的主要目的是描述隐藏在—组测量到的变量中的一些更基本的，但又无法直接测量到的隐性变量，也就是说，它是研究从变量群中提取共性因子。因子分析要求变量之间必须具有相关性，因此，相关性检验是因子分析的前提。KMO样本测度以及巴特莱特球体检验是相关性检验的主要方法，当KMO测度值大于0.7，且巴特莱特统计值的显著概率小于 α 时比较适合做因子分析。

3.2.1 两大景区问卷的信效度分析

信度分析是一种用来分析衡量问卷反映景区游客满意度可靠程度的分析方法，信度指标多以相关系数表示，它反映出问卷调查方式的稳定性和一致性。Devellis 认为，0.60~0.65（最好不要）；0.65~0.70（最小可接受值）；0.70~0.80（相当好）；0.80~0.90（非常好）^[17]。因此，信度系数越高，表示问卷调查结果越可信。一份信度系数高的量表或问卷，信度系数应该在0.80以上，因为0.70~0.80之间只算是可以接受的范围；分量表最好在0.70 以上，0.60~0.70之间可以接受。如果分量表的内部一致性系数在0.60以下或者总量表的信度系数在0.80以下，则该应考虑增减题项或重新修订量表。

本研究通过SPSS统计分析，两大景区变量的KMO 值均大于0.7（张家界为0.938，韶山为0.943）。其中张家界景区的KMO值为0.938；因子分析效度为61.442。韶山景区的KMO值为0.943，因子分析效度为55.510，且Bartlett球度检验结果均拒绝了相关系数为单位矩阵的原假设（Sig. =0.000），适宜做因子分析。

3.2.2 两大景区游客满意度比较分析

3.2.2.1 两大景区游客满意度影响因子分析

张家界景区：按照提取公因子特征值大于1原则，从35个旅游服务质量满意度影响因子中提取了7个公因子，能够解释变量的61.442%，因此，因子分析效果较好。根据因子旋转所得负荷值矩阵表将这七类因子归纳为：因子1“基础设施”；因子2“购物”；因子3“娱乐个性需求”；因子4“食宿基本服务”；因子5“食宿个性需求”；因子6“安全服务”；因子7“景区服务”。

韶山景区：按照提取公因子特征值大于1 原则，从35个游客服务质量满意度影响因子中提取了5个公因子，能够解释变量的55.510%。因此，韶山旅游景区因子分析效果也较好。根据因子旋转所得的负荷值矩阵表，该旅游区所提取的五类因子分别为：因子1“购物及住宿条件”；因子2“个性需求及景区内交通状况”；因子3“信息及安全服务”；因子4“基础设施”；因子5“景区服务”。

3.2.2.2 两大景区游客满意度线性回归分析

为了进一步了解各个因子与游客总满意度之间的关系，在因子分析的基础上，采用线性回归分析对各个因子与总满意度之间关系进行分析。

张家界景区由前面的因子分析所提取的7个主要因子，经过对7个主要因子进行的线性回归分析（表2），得因子综合表达式=（因子1：基础设施）•0.177+（因子2：购物）•0.182+（因子3：娱乐个性需求）•0.18+（因子4：食宿基本服务）•0.071+（因子5：食宿个性需求）•0.305+（因子6：安全服务）•0.308+（因子7：景区服务）•0.202+0.169。

韶山景区由前面的因子分析所提取的5个主要因子，经过对5个主要因子的线性回归分析（表3），得综合表达式=（因子1：购物及住宿条件）•0.22+（因子2：个性需求及景区内交通状况）•0.079+（因子3：信息及安全服务）•0.19+（因子4：基础

设施) · 0.162+ (因子5: 景区服务) · 0.37。

两大景区各个因子与游客总满意度之间的关系分别是: 张家界景区所纳入的7个主要因子, 对游客总满意度影响最为显著的是安全服务, 其余依次为食宿个性需求、景区服务、购物、娱乐个性需求、基础设施、食宿基本服务; 韶山景区所纳入的5个主要因子, 对游客总满意度影响最为显著的是景区服务, 其余依次为购物及住宿条件、信息及安全服务、基础设施、个性需求及景区内交通状况。

张家界景区是国内外著名的自然风光旅游目的地, 人们在尽情享受奇山秀水美景的同时, 对景区安全也非常关注。因此, 作为具有较高国际影响力的旅游目的地, 在不断完善旅游设施的同时, 还应进一步完善景区内外的安全设施和措施, 使游客来得开心, 游得放心, 走得舒心。韶山景区是国内外著名的人文与红色旅游目的地, 景区内景点的密度大, 从而造成游客在景区内的密度增大, 景区服务成为影响游客满意度的重要因素, 因此, 要特别重视和关注景区服务工作。

4 结论

本文针对旅游产业软环境建设问题, 以张家界和韶山景区为例, 通过对不同区域景区游客服务质量满意度感知的实证研究, 揭示了影响游客服务质量满意度感知因素的一般规律和区域差异特征, 主要体现在三个方面。

一是游客旅游目的地选择的差异。通过对两大景区被访者背景数据的比较分析, 反映出不同景区游客的构成特征存在差异。如被访者中张家界景区20~35岁年龄段占87.67%, 韶山景区26~40岁年龄段占72.00%, 从两景区游客年龄结构来看, 韶山景区的游客年龄段要大于张家界景区, 这也从侧面反映了不同年龄段游客对旅游目的地景区特色的选择偏好。

二是游客感知的服务质量满意度影响因素的差异。通过对两大景区被访者影响游客服务质量满意度感知的因子分析, 不同景区影响游客满意度感知的隐藏主因子存在差异。如张家界景区隐藏主因子为 7 个, 分别是基础设施、购物、娱乐个性需求、食宿基本服务、食宿个性需求、安全服务和景区服务; 韶山景区隐藏主因子则是 5 个, 分别是购物及住宿条件、个性需求及景区内交通状况、信息及安全服务、基础设施和景区服务。

表2 张家界景区各因子与游客满意度线性回归分析
Tab.2 Linear regression analysis between each factor and tourist satisfaction of Zhangjiajie scenic spots

模型	非标准化系数		标准系数	t	Sig.
	B	标准误差	试用版		
(常量)	0.169	0.05		3.374	0.001
因子1:基础设施	0.177	0.05	0.171	3.521	0
因子2:购物	0.182	0.05	0.176	3.616	0
因子3:娱乐个性需求	0.180	0.05	0.175	3.588	0
因子4:食宿基本服务	0.071	0.05	0.069	1.410	0.159
因子5:食宿个性需求	0.305	0.05	0.295	6.064	0
因子6:安全服务	0.308	0.05	0.298	6.126	0
因子7:景区服务	0.202	0.05	0.195	4.012	0

表3 韶山景区各因子与游客满意度线性回归分析
Tab.3 Linear Regression Analysis between each factor and tourist satisfaction of Shaoshan scenic spots

模型	非标准化系数		标准系数	t	Sig.
	B	标准误差	试用版		
(常量)	-1.16E-14	0.035		0	1
因子1:购物及住宿条件	0.220	0.035	0.220	6.219	0
因子2:个性需求及景区内交通状况	0.079	0.035	0.079	2.222	0.027
因子3:信息及安全服务	0.190	0.035	0.190	5.368	0
因子4:基础设施	0.162	0.035	0.162	4.564	0
因子5:景区服务	0.370	0.035	0.370	10.453	0

三是游客感知的服务质量满意度主要影响因素的差异。虽然通过对影响游客服务质量满意度感知的因子分析，找出了不同景区影响满意度感知的隐藏主因子，但这些影响因素所涉及的内容还是比较宽泛，基本上是旅游景区软环境建设的共性因素。本文通过对不同景区影响游客服务质量满意度感知的主因子的回归分析，找出不同区域景区影响游客服务质量满意度感知的主要因素，也就是不同景区提高软环境质量的个性因素。如张家界景区影响游客服务质量满意度感知的主要因素是安全服务，而韶山景区影响游客服务质量满意度感知的主要因素则是景区服务。

参考文献:

- [1] 湖南省旅游局网站. 湖南旅游发展大会召开徐守盛出席并讲话 [EB/OL]. http://www.hnt.gov.cn/xxgk_71423/gzdt/lykx/201603/t20160330_2993414.html, 2016 - 03 - 30.
- [2] Pizam A, Neumann Y, Reichel A. Dimension of tourist satisfaction with a destination area [J]. Annals of Tourism Research, 1978, 5(3): 314 - 322.
- [3] Bread J B, Ragheb M G. Measuring Leisure Satisfaction [J]. Journal of Leisure Research, 1980(12): 20 - 33.
- [4] Churchill G, Suprenant C. An Investigation into the Determinations of Customer Satisfaction [J]. Journal of Marketing Research, 1982(19): 491 - 504.
- [5] Cronin J J, Taylor S A. Measuring Service Quality: a Reexamination and Extension [J]. Journal of Marketing, 1992(56): 55 - 68.

-
- [6] Hui T K, Wan D, Ho A. Tourists Satisfaction, Recommendation and Revisiting Singapore [J]. Tourism Management, 2007, 28(4): 965 - 975.
- [7] 朱正浩, 刘丁己, 吕开颜. 台湾地区旅游质量满意度的实证研究 [J]. 旅游科学, 2009, 23(2): 31 - 37.
- [8] 史春云, 刘泽华. 基于单纯感知模型的游客满意度研究 [J]. 旅游学刊, 2009, 24(4): 51 - 55.
- [9] 李万莲. 皖北区域旅游合作模式探讨 [J]. 资源与产业, 2009, 11(5): 101 - 104.
- [10] 李万莲, 李敏. 旅游服务质量满意度影响因子的区域差异研究——安徽三大旅游板块的比较分析 [J]. 经济管理, 2011(3): 108 - 113.
- [11] 龙祖坤, 王微, 贺伶俐. 基于体验价值的韶山红色旅游景区经营优化研究 [J]. 邵阳学院学报: 社会科学版, 2014(4): 64 - 68.
- [12] 许春晓, 周美静, 王甫园. 旅游目的地选择意愿的影响因素 [J]. 长沙: 经济地理, 2015, 35(4): 178 - 185.
- [13] 高燕. 基于旅游活动六要素论的甘肃省5A级景区游客满意度评测 [J]. 兰州文理学院学报: 社会科学版, 2016, 32(2): 52- 58.
- [14] 李瑛. 旅游目的地游客满意度及影响因子分析——以西安地区国内市场为例 [J]. 旅游学刊, 2008, 23(4): 43 - 48.
- [15] 国家质量监督检验检疫总局. 旅游景区质量等级的划分与评定 (GB/T 17775-2003) [S]. 2004.
- [16] 中国旅游研究院. 旅游满意度调查问卷 [EB/OL]. <http://www.ctaweb.org.html>, /2009 - 10 - 04.
- [17] Devellis R F. Scale Development: Theory and Applications [M]. Newbury, CA: Sage Publications, 1991.