

农业休闲旅游的满意度对忠诚度影响的实证研究

——以南昌市凤凰沟风景区为例

丁洁，潘之波¹

（江西科技师范大学，江西南昌 330038）

摘要：通过建构善于游客满意度与忠诚度的假设模型以及二者之间的回归方程。以南昌市凤凰沟风景区为例，进行描述性统计、信度与效度分析、差异性分析、相关性分析以及回归分析等统计分析。研究发现：游客的不同特性对其参与农业休闲的满意度以及忠诚度呈现不同的差异性；游客“心理”以及“美学”两个层面的满意度对游客的忠诚度有显著的正向影响作用；游客在“教育”、“社会”、“放松”、“生理”四个层面的满意度对忠诚度并不呈现显著的正向影响作用。依据研究发现并归纳结果，从注重旅游商品的开发与营销、针对游客特性进行目标市场营销、提高服务品质以增加游客满意度等三个方面提出建议，以期供相关从业单位在发展江西省凤凰沟风景区的旅游决策、设施建设、未来规划等做参考。

关键词：农业休闲；满意度；忠诚度

中图分类号：F592.1

文献标识码：A

文章编号：1007-3558（2016）03—0053-06

一、研究背景

随着全球社会结构的快速变化，在二十一世纪的产业结构里，服务业俨然成为重要的支柱产业，其中以观光和休闲居多。观光休闲产业已经被视为成长最快，也是最有发展潜力的产业。随着休闲活动的需求增加，民众对于活动的选择性也逐渐增加，虽然旅游者来自不同社会文化背景，但对于旅游活动的需求，随着生活品质与对自由渴望的提升，日趋受到重视，而休闲旅游提供了一种知觉、感官上的满足，为处于现今社会忙碌与生活压力环境中的人们，提供了一个可以喘息及疏解压力放松的机会，也借由接近大自然的活动过程当中，来得到心理上的抒发，达到愉悦身心的目的，同时也提供治疗与健身的功效。农业休闲的基础是农业，将农村的人文与自然环境相结合，通过农业产品经营活动以及生产场地等途径，借助科学的规划与设计开发，帮助旅游者营造集娱乐、度假、休闲、观光以及教育于一身需求的农业休闲经营活动^[1]。

二、相关文献综述

国外对于农业休闲的研究起步在上世纪 60 年代（Graham Busby 和 Rendle, 2000）。Fleischer 和 Pizam（1997）将农业休闲业看做是城市农业商业化的一种形式，这种形式可以帮助农村与城市进行整合协调发展。我国大部分学者都针对某一地区

¹收稿日期：2016-04-18

基金项目：2014 年度校科研计划一般人文项目，项目编号：2014XJYB011

作者简介：丁洁（1990-），女，山东临沂人，江西科技师范大学教师，研究方向为旅游管理；潘之波（1974-），女，江西南昌人，副教授，研究方向为旅游管理。

农业旅游的发展现状进行了分析^[2]。袁胜军等（2006）研究了上海农业休闲的发展^[3]，李先锋（2008）采取了 SWOT-PEST 矩阵分析法对宁夏的农业休闲进行研究^[4]，王语燕（2009）研究了云南昆明的农业休闲发展^[5]。另外，仍存在学者从宏观角度探讨我国农业休闲的发展。

20 世纪 60 年代最早开始有关满意度的研究。Cardozo（1965）最先对顾客满意度进行实证研究，并指出“顾客满意会带动再购买行为”这一观点。然而，有关顾客的满意到底是什么，每个人尽管知道什么是满意，却难以对满意进行明确的定义^[6]。在我国，有关顾客满意度的研究最早在 20 世纪 80 年代中期，而将顾客满意度应用于旅游业则是在 90 年代中后期（靳书芳和王淑华，2010）^[7]。黄晶等（2010）通过探索性因子分析方法，探讨对游客满意度产生影响的因素^[8]。田坤跃（2010）采取 Fuzzy-IPA 方法，对游客的满意度影响因子进行探讨^[9]。

忠诚度常被用来衡量未来行为，是指消费者在消费后对于产品可能采取的特定活动或行为意图。消费者的忠诚度是指消费者在未来所采取的行为的一种表达方式。Backman & Crompton（1991）将忠诚度归纳为态度以及行为两个方面^[10]。态度是指游客在情感上的偏好；行为则是指游客具体参加此活动或服务的次数。忠诚度通常在心理学与消费者行为模式中的态度理论中探讨，态度包括认知要素（cognitive component）、情感要素（affective component）及意图要素（conative component）等三项要素，其中认知与情感两要素被认为是态度的决定因子，而行为意图则是由态度来决定（Engel et al., 1995）。

Boulding, Kalra, Staelin and Zeithami（1993）指出服务品质、满意度、行为意图三者间关系为：服务品质的知觉会影响其整体满意度，而满意度则会进一步影响行为意图^[11]。Lee, Graefe and Burns（2004）探讨了服务品质、满意度和忠诚度的关系，结果显示满意度扮演服务品质和忠诚度的中介角色^[12]。综合文献发现，旅游动机、满意度与忠诚度应具有因果关系，而且满意度决定忠诚度的重要因素之一。

三、农业休闲满意度对忠诚度影响的实证研究

本文在论述农业休闲的概念、满意度、忠诚度以及游客满意度同忠诚度的关系基础上，以江西省凤凰沟风景区为例对游客参与农业休闲的满意度同忠诚度关系进行定量阐述。

（一）江西省凤凰沟风景区简介

江西省凤凰沟风景区，以生态农业为主题，以农业带动旅游业，集“生态模式、科技集成示范、品种展示、科普教育、技术培训、农业体验、休闲观光”于一体，被评为“全国十佳休闲农庄”、“全国休闲农业与乡村旅游五星级园区”、“全国休闲农业与乡村旅游示范点”等。景区文化底蕴深厚，环境优美，高新科技先进，为其进行农业休闲，娱乐，体验，观光以及教育等活动提供基本的前提。凤凰沟风景区作为江西省目前最大的观光农业类人文风景旅游区，共有“观赏植物展示园、生态茶业展示园、蔬菜瓜果展示园、现代果业展示园、水稻高产创建示范园、生态养猪示范园、高效蚕业展示园、水产展示园、农机展览馆以及白浪湖度假村”十大园区。

（二）实证研究方案设计

1. 问卷设计与调查

本研究的问卷分成三大部分，第一部分是游客满意度，第二部分是忠诚度，第三部分是游客的社会经济背景变项。

（1）游客满意度

此部分依据 Beard and Ragheb (1980) 提出的“休闲满意度量表” (Leisure Satisfaction Scale, LSS), 包括六大方面:

(1) 心理: 个人有动机参加自由选择的活动, 充分展现自己的才智以满足自身的需求。(2) 教育: 个人在进行休闲活动时对周边有求知欲, 不断尝试新鲜的事物以增加经验。(3) 社会: 个人志愿参与组织, 以维持或发展自由选择的社会关系。(4) 放松: 休闲可以达到休息、放松并疏解来自工作及生活上的紧张与压力。(5) 生理: 个人参加活动的挑战, 并恢复生理上的健康, 增强体能。(6) 美学: 个人选择去从事的休闲如果是美丽的且有良好设计, 能够感到非常舒服与愉悦。

(2) 游客忠诚度

忠诚度衡量项目: 再次光顾、推荐、传递正面信息、购买相关的产品。

(3) 游客基本资料

游客的性别、年龄、婚姻状况、教育程度、职业、平均月收入及居住地。

2. 研究架构与假设提出

本文基于上述的研究理论拟定如下的研究架构 (如下图 1), 并在此架构的基础上对凤凰沟风景区游客的基本资料加以分析, 探讨游客六个方面的满意度对忠诚度的影响, 尝试构建二者之间的关系方程。

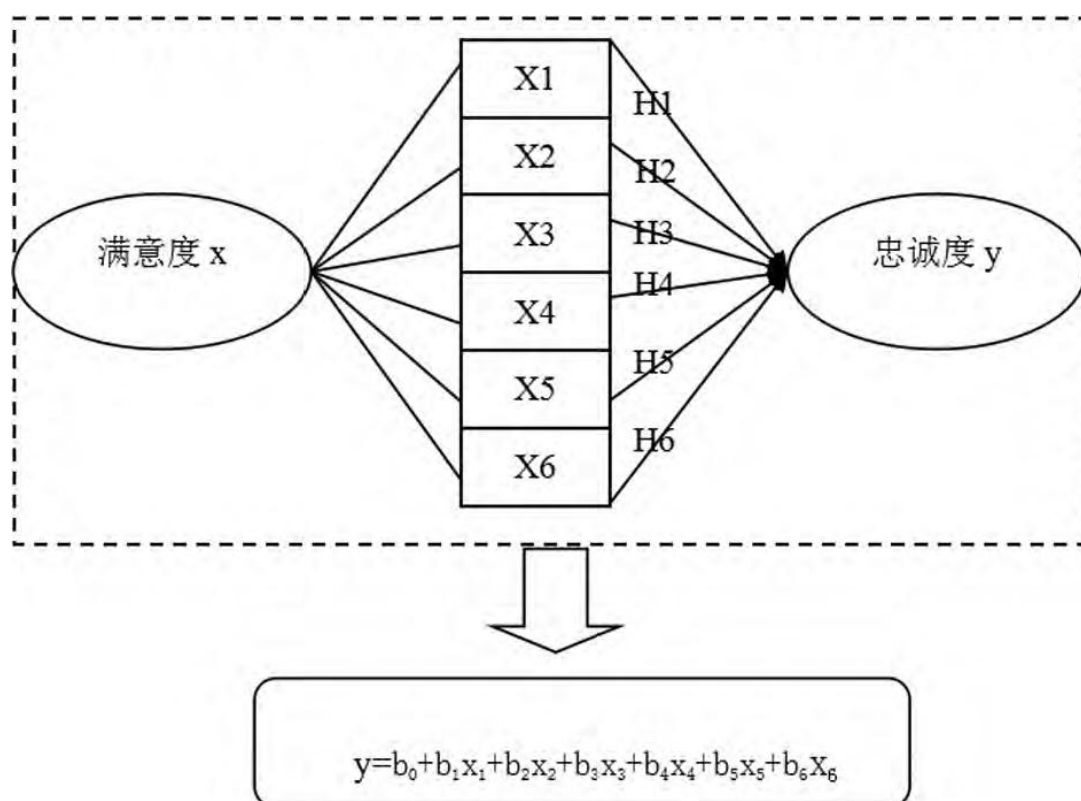


图 1 本研究假设模型构架图

注: x_1 - x_6 为游客满意度的六个层面因子, 分别为心理、教育、社会、放松、生理、美学。

假设一：游客在心理方面的满意度对游客的忠诚度有正向的显著性影响。

假设二：游客在教育方面的满意度对游客的忠诚度有正向的显著性影响。

假设三：游客在社会方面的满意度对游客的忠诚度有正向的显著性影响。

假设四：游客在放松方面的满意度对游客的忠诚度有正向的显著性影响。

假设五：游客在生理方面的满意度对游客的忠诚度有正向的显著性影响。

假设六：游客在美学方面的满意度对游客的忠诚度有正向的显著性影响。

（三）数据结果分析

1. 描述性统计分析

由 283 份有效问卷得知，游客基本资料中，男性受访者占 47.7%；女性受访者占有 52.3%。年龄结构，26-35 岁有 109 人，占 38.5%；其次是 19-25 岁占 29.3%以及 36-45 岁占 24.7%；说明前往凤凰沟风景区的游客以 26-35 岁为主。婚姻状况为已婚者占 68.6%，较多数。个人月平均收入是以 2000-4000 元者最多，161 人占 56.9%，一半以上。在教育程度方面，以学士学历为主有 186 人占 65.7%，较多数。游客的职业以公司职员者 110 人占 38.9%为多数。居住地则以省内游客占 90.5%为主。

2. 信度与效度分析

为了解游客满意度以及忠诚度量表各题项是否具有可靠性与代表性，以 Cronbach's α 系数来检测其信度，结果显示满意度量表的 α 系数为 0.937，忠诚度量表为 0.842，属于高信度，显示量表具有相当的信度。

本问卷“游客满意度量表”采用 Beard and Ragheb (1980) 所发展出来的休闲满意度量表，经修改后符合本次研究所需。为探究问卷第二部分“游客忠诚度量表”的效度，采取主成分分析法进行因子分析。经分析后得到 KMO 系数为 0.743，达显著水平，适合做因子分析。游客忠诚度部分四个题目，经分析结果只得到一个成分，将其命名为“忠诚度”。特征值为 2.744，大于 1。量表最后经过指导教授讨论修正若干不贴切的词句，因此，问卷量表具有一定的专家效度、内容效度和结构效度。

3. 农业休闲参与的满意度与忠诚度的相关性分析

本文用皮尔森极差分析来探讨游客满意度六大层面与忠诚度之间的相关性，得到，在心理方面相关系数为 0.622，教育方面为 0.490，社会方面为 0.488，放松方面为 0.362，生理方面为 0.494，美学方面为 0.618。各变量之间的关联程度显示，只有在生理方面和美学方面对游客的忠诚度呈现显著相关，其他方面相关系数在 0.3 到 0.5 之间，显示只有部分影响（详见下表 1）。因此，只有假设一与假设六成立，而假设二、三、四、五均不成立。

表 1 游客满意度六大层面与忠诚度相关性分析

因素层面		忠诚度
心理	相关性	0.622**
	显著性	.000

教育	相关性	0.490**
	显著性	.000
社会	相关性	0.483**
	显著性	.000
放松	相关性	0.362**
	显著性	.009
生理	相关性	0.494**
	显著性	.000
美学	相关性	0.618**
	显著性	.000

资料来源：由统计软件 spss17.0 处理并整理所得，** 表示 $p < 0.01$

4. 游客参与农业休闲满意度对忠诚度影响的回归分析

本文采取逐步回归的方法建立回归模型来说明游客满意度对忠诚度的影响。模型中将游客忠诚度设为因变量，自变量则同时引入心理、教育、社会、放松、生理以及美学。建立因变量游客忠诚度 y 与六个自变量游客满意度 x_1 、 x_2 、 x_3 、 x_4 、 x_5 、 x_6 之间的多元线性回归模型：

$$y = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + b_6x_6$$

由下表整体分析结果显示，游客参与农业休闲的满意度对忠诚度会产生显著的影响。另外，通过逐步分析发现，有“教育”、“社会”、“放松”以及“生理”四个变量被排除在回归方程外，说明，这四个方面的满意度对忠诚度的影响并不显著，没有被接纳到其回归方程中。而在“心理”和“美学”两个层面的满意度对忠诚度影响程度较大且显著正相关，与之前所做的相关性分析结论一致，将表格中的标准化后回归系数带入上式，我们可以得出方程：

$$\hat{y} = 0.888 + 0.407x_1 + 0.397x_6$$

表 2 游客满意度对忠诚度影响的回归分析

类别	项目/参数	回归系数	标准化后回归系数	T 值	P 值
	(常数)	0.888		4.354	0.000
游客满意度	心理层面	0.423	0.407	8.066	0.000
	美学层面	0.408	0.397	7.886	0.000
R			0.706		
R 平方			0.499		
调整后 R 方			0.495		
F 检定			139.295		
显著性			0.000		

资料来源：由统计软件 spss17.0 处理并整理所得

为验证方程的有效性，重新发放调查问卷 50 份，其中回收有效问卷 32 份，再次进行带入验证。将通过方程预测出的游客忠诚度 $\hat{y}$ 与问卷中真实测得的游客忠诚度 y 进行相关性分析，可以得出， $\hat{y}$ 与 y 的相关系数达到 0.826，在 0.01 水平上显著相关，说明，上述回归方程有效。

四、研究结果与对策研究

（一）研究结果

从游客基本资料统计中发现，凤凰沟风景区最吸引本地游客带着家人与小孩来游玩或者省内企业公司组织的集体旅游，再加上由于地理方面的关系，所以选择短时间就近出游的族群显得较多。

游客满意度的结果发现，游客对农业休闲活动所带来的成就感、吸引力、技巧能力运用等功能，仅达到普通满意水平，由此可见，对于农业休闲从业者而言，如何营造一个吸引并适合亲子同乐、游客舒适的体验环境是首要任务。

游客忠诚度的结果发现，游客愿意购买此地方的产品意愿并没有很高，这与凤凰沟风景区本身提供的产品数量不足有一定的关系。

游客的满意度与忠诚度各因素层面呈现一定的相关性，且在生理层面和美学层面的满意度对忠诚度产生正向的显著影响，如何提高游客在这两个层面上的满意度，以提高游客的忠诚度是相当重要的一环。

（二）对策研究

依据研究发现并归纳结果，本文从三个方面提出建议，以期供相关从业单位在发展南昌市凤凰沟风景区的旅游决策、设施建设、未来规划等做参考。

1. 注重旅游商品的开发与营销

根据资料研究显示，在游客的忠诚度中，对于愿意购买商品的意向是最低的，这与凤凰沟风景区本身缺乏旅游商品的销售有关。因此，农业休闲从业者要着重旅游商品的开发，依据地方特色和优势，树立品牌意识，创造性设计开发具有地方特色的旅游商品，同时加大旅游商品营销创新力度。

2. 针对游客特性进行目标市场营销

由研究结果中发现，不同年龄层游客有着不同的满意度与忠诚度，年轻族群对心理层面的满意度较高，因为能够引起他们的兴趣，让他们增加自信，如要吸引年轻族群，必须要继续引导游客深入进行各项体验，来吸引这样的游客。中年族群对美学层面的满意度较高，因为能够让他们体验到舒适、干净、有趣且美丽的旅游环境，若要吸引中年族群，就必须要进一步营造有良好规划的、温馨的情境来满足游客。

3. 提高服务品质以增加游客满意度

由研究结果显示，游客在心理以及美学层面的满意度最容易影响游客的忠诚度，然而根据资料显示，游客在心理层面的满意度是最低的。表示，从业者要从心理层面把握游客的需求，以达到游客满意度为主要经营发展方向。到凤凰沟风景区旅游的

游客更加重视旅游的吸引力、心理体验、氛围营造、设施与规划等，所以从业者应加强服务品质的提升以满足游客的需求，创新旅游内容以引起游客的兴趣，提高风景区的评价，增加游客满意度，使游客的忠诚度得以提升。

参考文献:

- [1]刘艳艳,王晓峰. 空间布局理论下的我国休闲农业推进范式研究[J]. 宁夏师范学院学报, 2011, 32 (6): 59-65.
- [2]Fleischer, A., Pizam, A. Rural tourism in Israel [J]. Tourism Management, 1997, 18(6):367-372.
- [3]袁胜军,黄立平,王宁,片锦川. 对上海休闲农业旅游的调查与对策分析[J]. 湖南农业科学, 2006, 36(1):7-12.
- [4]李先锋,张红梅,普学明. 基于 SWOT-PEST 分析的宁夏农业旅游发展战略选择[J]. 商场现代化, 2008(34): 328-329.
- [5]王语燕. 浅析昆明生态农业旅游开发中的问题及对策[J]. 云南农业, 2009, 24(1):52-54.
- [6]Cardozo, R. An experimental study of customer effort, expectation and satisfaction [J]. Journal of Marketing Research, 1965: 2(3),244-249.
- [7]靳书芳,王淑华. 近十年我国游客满意度研究述评[J]. 周口师范学院学报, 2010, 27(6): 127-130.
- [8]黄晶,吕维霞,刘宇青. 旅游目的地供应链管理对游客满意度的影响因子分析[J]. 旅游论坛, 2010, 3(4):401-406.
- [9]田坤跃. 基于 Fuzzy-IPA 的景区游客满意度影响因素的实证研究[J]. 旅游学刊, 2010, 25(5):61-65.
- [10]Backman, S.J. & Crompton, J.L. Differentiation Between High, Spurious, Latent and Low Loyalty Participants in Two Leisure Activities[J]. Journal of Park and Recreation Administration, 1991, 9(2): 1-17.
- [11]Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R. & Zeithaml, V.A. A Dynamic Process Model of Service Quality: From Expectations to Behavioral Intentions[J]. Journal of Marketing Research, 1993, 31(1): 7-27.
- [12]Lee, J., Graefe, A.R., & Burns R.C. Service Quality, Satisfaction, and Behavioral Intention among Forest Visitors [J]. Journal of Travel & Tourism Marketing, 2004, 17(1): 73-82.