

城市居民旅游满意度影响因素分析 ——以长沙市为例

曾丽艳

(湖南工业大学 商学院, 湖南 株洲 412008)

摘 要: 游客满意度一直是旅游学界和业界的热点话题。通过市场调查获得第一手数据, 采用 SPSS13.0 软件包对基础数据进行处理, 结果发现: 服务水平、景观是影响旅游满意度的重要因素, 而购物、娱乐项目对旅游满意度的影响较小; 通过对旅游满意度影响因素的因子分析, 提取了“基本需求”、“核心体验”、“弹性需求”和“消费水平”四个公因子; 并采用方差分析探讨了人口学特征与四个公因子的关系, 发现不同性别、不同年龄、不同职业、不同文化程度群体的旅游满意度影响因素存在一定差异。

关键词: 城市居民; 旅游满意度; 因子分析; 方差分析

一 研究背景与研究意义

游客满意度一直是旅游学界和业界的热点话题。国外对游客满意度的研究主要包括游客满意的定义、影响因素的鉴别、遗产地游客满意研究、游客满意度测度。^[1]国内上世纪 90 年代初开始了顾客满意度指数及其相关研究, 现有文献研究内容主要集中在三个方面, 即游客满意度测评研究、游客满意度模型构建、游客满意度关系研究。对旅游满意度影响因素的研究主要体现在两个方面, 一是旅游感知对游客满意度的影响, 卞显红运用结构平等模式对“感知质量”与“满意度”之间的关系进行了衡量;^[2]罗艳菊认为对游客满意度产生作用的是对“环境”和“设施”的感知。^[3]二是旅游服务对游客满意度的影响。沈向友认为服务实绩和旅游体验都对游客的满意度有显著影响;^[4]王晖探讨了旅游服务等待对顾客满意度的影响;^[5]温碧燕认为服务公平性和顾客消费情感是影响旅游满意度的重要因素;^[6]王兵等证实了影响乡村旅游满意度的主要因素依次是服务质量、食宿质量和交通状况。^[7]综上所述, 已有文献对旅游满意度影响因素的研究以理论关系探讨为主, 实证研究不足, 缺乏对旅游六要素与旅游满意度之间关系的探讨。本文以长沙市居民为例, 在大规模抽样调查的基础上, 从旅游六要素的角度出发, 通过考察城市居民对旅游满意度影响因素的评价态

度, 得出影响游客满意度的主要因素, 并进一步分析旅游满意度影响因素在不同特征群体中的差异, 这有利于针对不同的旅游者细分市场合理组合游程中食、住、行、游、购、娱等环节, 对旅游目的地开发、旅游产品设计、旅游企业经营等具有重要指导意义, 为提高城市居民旅游满意度提供了理论基础和依据。

二 研究方法

1、分析方法

本文采用因子分析 (Factor Analysis) 方法提取城市居民旅游满意度影响因素的公因子; 在此基础上, 利用单因素方差分析 (One-Way ANOVA) 判断旅游满意度的影响因子在不同人口学特征群体中的差异。方差分析中采用 Homogeneity-of-variance 方法进行方差齐性检验, 若检验结果的相伴概率值大于显著性水平 (0.05), 则可以认为方差相等, 通过方差齐性检验, 反之则不相等, 未通过方差齐性检验。再进行 F 检验, 若检验结果的相伴概率值小于显著性水平 (0.05), 则可以认为不同特征群体对旅游满意度影响因子的评价有显著差异, 可通过多重比较分析不同特征群体在旅游满意度影响因子上的具体差异。若因子通过方差齐性检验, 利用 LSD (least significant difference) 法进行多重比较检验, 若因子未通过方差齐性检验, 利用 Tamhane 进行多重比较分析。

收稿日期: 2008 - 10 - 29

基金项目: 湖南省旅游局课题“休闲旅游行为影响因素研究”(湘旅学字 [2007] 7 号)

作者简介: 曾丽艳, 女, 湖南邵东人, 湖南工业大学讲师, 旅游管理专业硕士, 主要研究旅游市场与旅游经济。

2.问卷设计

问卷包括两部分:第一部分是人口特征,即性别、年龄、职业、收入和文化程度等。第二部分是对旅游满意度影响因素指标的测量,在前人研究成果上,依据食、住、行、游、购、娱旅游六要素,列出10项旅游满意度的影响因素(饮食、住宿、交通、景观、购物、娱乐项目、新颖程度、服务水平、硬件设施、消费水平),采用李克特(Likert)5分制量表测量调查对象的态度,“1”表示“很不重要”,“5”表示“很重要”,数值越大表明该因素对旅游满意度的影响越大。

3.样本简介

本次研究以长沙市居民为调查对象,采用区域控制随机抽样调查方法获得基础数据。共计发放1200份问卷,收回有效问卷994份,有效率达到82.83%。调查数据显示:从性别构成看,男女比例均衡。从年龄结构看,以中青年为主,其中18~30岁和31~45岁各占66.29%和23.04%;从文化程度看,学历较高,大专及以上学历者占77.17%;从家庭人均月收入看,主要集中在1000~2000元(36.52%)和2001~3000元(22.33%);从职业构成看,样本职业分布比较广泛,以学生(21.12%)、专业技术人员(19.11%)、服务销售人员(11.57%)、教师(10.66%)、企业管理人员(9.86%)居多。

三 结果分析

(一)描述性统计结果分析

根据表1中的均值对旅游满意度各影响因素进行排序可知,“服务水平”(m = 3.60)是最重要的影响因素,服务水平的高低直接关系到旅游体验的

成败,但服务水平标准差较大(S.D = 1.03),表明调查对象内部观点差异较大。排在第二位的是“景观”(m = 3.51),景观是整个旅游中的重头戏,是游程的精华所在,直接决定旅游体验的质量。值得注意的是,“住宿”、“饮食”、“交通”的标准差均小于1,表明调查对象内部态度差异较小。对旅游满意度影响最弱的因素是“购物”(m = 2.21),这可能与目前旅游购物市场秩序混乱,旅游购物品开发不足,游客仍以观光为主要目的有较大关系,致使旅游者对旅游购物需求有限,对旅游中的购物体验不够重视。

(二)旅游满意度影响因素的因子分析

首先本文采用SPSS13.0软件包对旅游满意度影响因素量表进行因子分析。量表的克隆巴哈(Cronbach)系数为0.815,KMO值为0.821,说明该量表内在信度非常理想,而且适合进行因子分析。在因子分析中,根据碎石图提取了4个公因子,累计方差贡献率为71.29%,原有变量的信息丢失较少,分析效果理想。

从因子分析结果可以看出,第1个公因子包含3项影响因素(饮食、住宿和交通),内在信度为0.7804,其贡献率为21.985%,由于食宿交通都是旅游活动中的基本消费,因此可以概括为基本需求。第2个公因子包含服务水平、硬件设施和景观,内在信度为0.7331,其贡献率为21.404%,由于这三个因素与旅游体验密切相关,可以概括为核心体验。第3个公因子包含娱乐项目、购物和新颖程度,内在信度为0.6869,其贡献率为17.228%,由于娱乐、购物都是非基本旅游消费,可以概括为弹性需求。第4个公因子包含1项影响因素,可概括为消费水平。

表1 旅游满意度的影响因素的因子分析结果表

影响因素	因子载荷	共同度	特征值	贡献率/%	内在信度	均值	标准差
公因子1基本需求			3.785	21.985	0.7804		
住宿	0.852	0.760				2.86	0.88
饮食	0.822	0.696				2.68	0.89
交通	0.735	0.683				3.10	0.91
公因子2核心体验			1.521	21.404	0.7331		
硬件设施	0.804	0.735				3.25	1.04
服务水平	0.780	0.703				3.60	1.03
景观	0.611	0.603				3.51	1.06
公因子3弹性需求			1.078	17.228	0.6869		
娱乐项目	0.863	0.788				2.45	1.04
购物	0.678	0.711				2.21	1.01
新颖程度	0.636	0.627				2.89	1.13
公因子4消费水平			0.744	10.673			
消费水平	0.828	0.822				2.80	1.02
累计贡献率/%				71.290			

(三)旅游满意度影响因子的人口学特征差异分析

1.影响因子在不同性别群体间的差异分析

问卷中关于性别属性的分组变量只有两个,因此我们使用独立样本 T 检验 (Independent - Sample T - test)来分析,结果如表 2,“弹性需求”和“消费水平”公因子在不同性别群体中存在显著差异。从均值的比较中可知,“弹性需求”和“消费水平”对女性的影响较大 ($m = 2.6, m = 2.89$),对男性的影响较小 ($m = 2.43, m = 2.72$),也就是说,在对旅游满意度的评价中,女性比男性会更多的考虑整个旅游的花费水平,以及旅游中的购物、娱乐环节和旅游过程中的新颖程度带来的体验。

表 2 性别与旅游满意度影响因子的 T 检验 (* P - 值 < 0.05)

公因子	方差齐性检验		T 检验	
	F 值	Sig.	T 值	Sig.
基本需求	1.606	0.205	-1.594	0.111
弹性需求	3.427	0.063	-3.351	0.001 *
核心体验	0.298	0.585	-0.985	0.325
消费水平	3.447	0.064	-2.553	0.011 *

2.影响因子在不同年龄群体间的差异分析

表 3 中年龄与旅游满意度影响因子的方差分析表明,年龄对四个公因子的评价均存在显著影响。由于四个公因子方差齐性检验显著性程度均大于 0.05 (见表 3),所以采用 LSD 多重比较检验结果。“基本需求”公因子的 LSD 分析结果显示:45 岁以上年龄组与 18~30 岁年龄组以及 31~45 岁年龄组之间存在显著差异,显著性水平分别为 0.007、0.029。“核心体验”公因子和“弹性需求”公因子的 LSD 分析结果都显示:18~30 岁年龄组与 31~45 岁年龄组以及 45 岁以上年龄组之间存在显著差异,显著性水平依次为 0.014、0.000。由均值差异来看,老年人群体对旅游中“基本需求”的重视程度不如中青年群体,而青年人尤其注重旅游活动中的景观质量、服

务水平和硬件设施。另外,年龄越大,对“弹性需求”的重视程度越弱,此次调查显示,45 岁以上年龄群体在旅游过程中对购物、娱乐项目的兴趣不大,对游程的新颖程度关注度较低。“消费水平”公因子的 LSD 分析结果显示:18 岁以下年龄组与 31~45 岁年龄组以及 45 岁以上年龄组之间存在显著差异,显著性水平分别为 0.003、0.003。18~30 岁年龄组与后两者之间也存在显著差异,显著性水平分别为 0.000、0.004。由均值差异可知,年轻人、青年人比中老年人更关注旅游过程中的消费水平。

3.影响因子在不同职业群体间的差异分析

由表 3 中职业与旅游满意度影响因子的方差分析可知,不同职业群体在四个公因子上都存在显著差异。“基本需求”公因子通过方差齐性检验,其 LSD 多重比较检验显示:国家公务员与企业管理人员、专业技术人员、工人以及暂时无业人员之间存在显著差异,国家公务员在该因子上得分最高 ($m = 3.06$),且标准差较小 ($S.D = 0.65$),表明内部差异性不大,原因可能是公务员以公费出差的机会较多,消费水平较高,对食宿交通的要求自然较高,所以旅游中的饮食、住宿和交通对公务员群体旅游满意度的影响较大。由于“核心体验”公因子未能通过方差齐性检验,所以采用 Tamhane 比较检验结果,分析结果显示:学生群体与专业技术人员以及工人之间存在显著差异,显著性水平分别为 0.023、0.036。“弹性需求”公因子和“消费水平”公因子的 LSD 比较结果都显示:学生与其他职业群体之间存在明显差异,工人与其他职业群体之间也存在显著差异。寻求新鲜和刺激主要是年轻人的愿望,所以学生对旅游中娱乐项目、新颖程度的要求相比其他群体更高,同时受到经济条件的限制,较之其他职业群体更关注旅游中的消费水平,而工人对这些因素的感知程度都较低。

4.影响因子在不同文化程度群体间的差异分析

表 3 年龄、职业与旅游满意度影响因子的方差分析 (* P - 值 < 0.05)

公因子	年龄与旅游满意度影响因子				职业与旅游满意度影响因子			
	方差齐性检验		单因素方差检验		方差齐性检验		单因素方差检验	
	L.S	Sig.	F 值	Sig.	L.S	Sig.	F 值	Sig.
基本需求	1.140	0.332	2.713	0.044 *	0.556	0.878	1.785	0.046 *
核心体验	0.965	0.409	11.651	0.000 *	2.055	0.017	3.272	0.000 *
弹性需求	2.516	0.057	16.705	0.000 *	0.862	0.586	5.613	0.000 *
消费水平	2.612	0.050	7.766	0.000 *	1.156	0.310	2.392	0.005 *

由表 4 中文化程度与旅游满意度影响因子的方差分析可知,不同文化程度群体在“核心体验”和



“弹性需求”两个公因子上存在显著差异。由于这两个公因子方差齐性检验的显著程度均小于 0.05,所以采用 Tamhane 比较检验结果 (见表 4)。“核心体验”公因子的 Tamhane 分析结果显示:初中学历群体与大专、本科、研究生等高学历群体之间存在显著差异,显著性水平为 0.000、0.001、0.005。均值

差异表明高学历群体更关注“核心体验”对旅游满意度的影响。“弹性需求”公因子的 Tamhane 分析结果显示:大专学历群体与研究生学历群体之间存在显著差异,显著性水平 0.009,前者比后者更在意“弹性需求”对旅游满意度的影响。

表 4 收入、文化程度与旅游满意度影响因子的方差分析 (* P - 值 < 0.05)

公因子	收入与旅游满意度影响因子				文化程度与旅游满意度影响因子			
	方差齐性检验		单因素方差检验		方差齐性检验		单因素方差检验	
	L.S	Sig	F值	Sig	L.S	Sig	F值	Sig
基本需求	1.641	0.133	1.136	0.339	2.173	0.055	2.207	0.052
核心体验	2.205	0.040	1.231	0.288	4.280	0.001	10.865	0.000 *
弹性需求	1.488	0.179	1.924	0.074	2.659	0.021	4.684	0.000 *
消费水平	0.955	0.454	1.284	0.262	3.573	0.003	1.799	0.110

四 结论与讨论

通过以上对旅游满意度影响因素的分析,本文可以得出以下结论。

首先,根据旅游满意度十项影响因素的均值排序来看,服务水平的优劣和景观质量的高低对旅游满意度起着关键性作用。这意味着优秀的旅游从业队伍是游客满意的保障;高质量的景点不仅是出游的拉力,而且是游客满意的关键因素。另外,此次调查对象对旅游中的购物和娱乐项目的感知程度较低,可能的原因是购物和娱乐项目往往是旅游产业链中的薄弱环节,旅游购物市场的无序在较大程度上压抑了游客的购物欲望,旅游娱乐的开发不足也限制了游客的体验范围。这在一定程度上说明长沙旅游客源市场目前仍以观光游为主,旅游购物和娱乐等弹性消费的潜力尚未充分释放,如何提高旅游购物兴趣,挖掘旅游购物需求仍是一项有待攻克的难题。

其次,旅游满意度十项影响因素通过因子分析可以提取四个公因子,分别是基本需求、核心体验、弹性需求和消费水平。方差分析表明:旅游满意度影响因子的影响强度在不同性别、不同年龄、不同职业、不同文化程度群体中存在一些差异,而在不同收入群体中未表现出明显差异。具体来看,“弹性需求”和“消费水平”对女性的影响大于男性。对于不同年龄段的旅游者群体,年轻人、青年人群体对旅游消费水平比较敏感,青年人对旅游体验要求颇高。另外,随着年龄的增加,“弹性需求”对旅游满意度的影响程度逐渐减弱。旅游满意度影响因素在不同职业群体中也存在显著差异,相比其他职业群体,公务员对“基本需求”要求较高,“弹性需求”和“消费

水平”对学生旅游满意度的影响较大,工人对旅游满意度各影响因子的感知程度都比较低。“核心体验”和“弹性需求”在不同文化程度群体中存在明显差异,高学历群体更注重“核心体验”对旅游满意度的影响,大专学历群体比研究生群体更关注旅游中“弹性需求”的满足程度。

研究表明旅游满意度影响因子在不同人口学特征群体中存在一些差异。研究结论来源于我们对此研究进行的问卷调查以及对调查结果进行的统计分析,但该研究结论是否适用其他类型城市,还有待进一步实证研究。

参考文献:

[1] 符全胜. 旅游目的地游客满意度理论研究综述 [J]. 地理与地理信息科学, 2005 (5): 90 - 94.
[2] 卞显红. 旅游目的地形象、质量、满意度及其购后行为相互关系研究 [J]. 华东经济管理, 2005 (1): 85 - 88.
[3] 罗艳菊. 不同利用水平下游客对游憩利用影响感知的差异——兼谈其对总体满意度的作用 [J]. 经济地理, 2006 (4): 698 - 701.
[4] 沈向友. 旅行社服务质量与游客满意感影响因素分析 [J]. 旅游学刊, 1999 (5): 25 - 30.
[5] 王 晖. 旅游服务等待及其修复策略研究 [J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 2001 (1): 65 - 67.
[6] 温碧燕. 旅游服务顾客满意度模型实证研究 [J]. 旅游科学, 2006 (3): 29 - 35.
[7] 王 兵, 罗振鹏. 对北京郊区乡村旅游服务满意度的调查与思考 [J]. 北京联合大学学报 (人文社会科学版), 2006 (4): 38 - 43.

(责任编辑:徐 蓓)