

# 世界地质公园游客满意度实证研究

——以泰宁世界公园为例

周灵飞,陈金华

(华侨大学 旅游学院,福建 泉州 362021)

**摘要:**游客满意度是衡量旅游体验的主要标准,影响游客收益以及随后旅游决策和行为。在野外调查的基础上采用灰色系统模型对泰宁世界地质公园游客满意度进行定量分析,得出泰宁景区的游客满意度较高,而且游客重游率及正面口碑宣传与游客满意度存在正相关关系,表明基于灰色系统模型计算出的游客满意度具有较高的可信度。

**关键词:**世界地质公园;游客满意度;灰色系统模型;泰宁县

**中图分类号:**F590.3

**文献标识码:**A

**文章编号:**1672-447X(2008)06-0032-06

世界地质公园记载了地球演化的历史与构造形迹,有重要的科考价值和美学观赏价值,是主要的旅游资源。到2007年5月底,世界各地100多个国家先后建立起1500多处国家地质公园。地质公园的主要利用方式是开展地质旅游,而地质旅游开展得如何?地质公园是否获得可持续发展?引起许多学者们的关注。过往的研究多数是从地质公园旅游定位、旅游资源开发、旅游产品设计等方面来讨论地质旅游的持续发展,<sup>[1][24-27][27][28-29]</sup>忽略了地质公园发展中游客的主导、能动性作用,因而,也不能找到地质公园可持续利用、管理的对策。其实,游客作为旅游的主体,评价其旅游满意度能够真实反映出旅游景区的总体发展状况和问题,从而有利于采取措施,促进景区发展。<sup>[4][6-9][5][72-181]</sup>

国内外旅游研究已经验证了游客满意度与区域旅游发展有着密切关系,<sup>[6][25-30]</sup>研究游客对旅游目的地地的感知满意度,对区域旅游发展、提高游客重游率、强化游客的旅游目的地形象感知,进而提高区域旅游发展水平具有重大意义。基于以上分析,以泰宁世界地质公园为研究区,尝试采用灰色系统模型对研究区游客满意度进行定量的统计分析,并

借鉴“TDTS模型”<sup>[7][9-13][8]-6</sup>对结论进行验证,分析旅游体验,了解游客消费行为,以期提出更加有效的地质公园可持续管理策略。

## 一、研究区概况

泰宁地质公园位于福建省泰宁县,武夷山脉南麓,居两省三地市交界处,总体呈东北—西南方向带状分布,面积492.50km<sup>2</sup>,其中丹霞地貌面积252.7km<sup>2</sup>,属于大型地质公园。该地质公园是发育最典型、类型最齐全、景观最丰富、风景最优美的青年期丹霞地貌区。地貌景观的典型性、特殊性、多样性具有极其重要的地质学、地貌方面的科学研究价值,2005年2月被评为世界地质公园。年平均气温为17℃,气候湿润,山清水秀。地质公园周边的泰宁古城历史悠久,公元958年建县,素有“汉唐古镇、两宋名城”之美誉,曾有“一门四进士、隔河两状元、一巷九举人”之盛况,历史上共出了2位状元、54名进士、101位举人,朱熹、李纲、杨时等历史名人曾在此读书讲学。泰宁旅游景区早在1994年被列为国家重点风景名胜,近年来先后荣获国家AAAA级

收稿日期:2008-05-16

基金项目:福建省社会科学规划(二期)项目(2006B2112);华侨大学社科课题(07HSK09)

作者简介:周灵飞(1973-),湖南邵阳人,华侨大学旅游学院讲师,在职博士生,研究方向为旅游经济、旅游市场营销。

旅游区、国家森林公园、中国十佳魅力名镇等国家品牌和福建省首个世界地质公园的世界级品牌,旅游业日益成为该县的支柱产业。

## 二、研究理论与方法

### 1. 顾客满意度理论

顾客满意度(Customer Satisfaction)是指顾客把对产品的感知效果与期望值相比较后,所形成的愉悦或失望感觉状态。目前,顾客满意度主流模型有瑞典顾客满意度晴雨表(简称 SCCB)模型、美国顾客满意度(简称 ACSI)模型、欧洲顾客满意度指数(简称 ECSI)模型等,其中以 ACSI 模型的应用和影响最为广泛。国内当前对顾客满意度研究主要集中于有形产品领域,对于旅游地游客(顾客)满意度的研究还

相对较少,游客满意度的研究尚处于起始阶段。旅游景区游客满意度是指游客对旅游区的旅游景观、基础设施、娱乐环境和接待服务等方面满足其旅游活动需求程度的综合心理评价。<sup>[9]39-41</sup>

### 2. 调查研究

在征求专家意见和参考有关文献资料<sup>[10]21-30[11]88-90</sup>的基础上,结合泰宁世界地质公园的实际,从游客基本特征、旅游体验、旅游感受等 3 个方面构建景区游客满意度评价指标体系(表 1,表 2)。为保证相关数据的真实性和有效性,作者多次对研究区进行实地考察,通过对游客进行问卷调查与访谈,获取一手资料。2007 年 2 月 10-23 日分别在泰宁地质公园景区世界地质博物苑、寨下大峡谷、上清溪下码头、状元文化公园等地对前来旅游的游客进行现场访谈,并向重点游客发出问卷 260 份,有效回收 240 份。

表 1 游客基本资料和游客特性

	游客基本资料	频数	比例%		游客旅游特性	频数	比例%
游客年龄	14 岁及以下	12	5.0	出游方式	单位组织出游	7	2.9
	15-24 岁	48	20.0		旅行社组织出游	16	6.7
	25-34 岁	90	37.5		会议考察	8	3.3
	35-44 岁	48	20.0		家庭出游	95	39.6
	45-54 岁	24	10.0		独自出游	30	12.5
	55 岁以上	18	7.5		亲朋好友出游	84	35.0
文化程度	初中以下	30	12.5	旅游目的	休闲娱乐,放松精神	78	32.5
	高中/中专	72	30.0		了解当地特色风俗	24	10.0
	大专/本科	120	50.0		欣赏当地自然风光	120	50.0
	研究生以上	18	7.5		感受世界遗产	18	7.5
					进行考察或艺术创作	0	0.0
逗留天数	一天	30	12.5	是否重游	将会重游	174	72.5
	两天	132	55.0		不会重游	66	27.5
	三天	54	22.5	向他人推荐	会向他人推荐	210	87.5
	三天以上	24	10.0		不会向他人推荐	30	12.5

通过实地调查,青年游客是泰宁世界地质公园游客的主体。游客文化程度较高,大专以上的占到半数。大部分游客在本地逗留时间较长,达到 3 天。其中有 72.5% 的游客会再次选择泰宁作为旅游地和 87.5% 的游客认为泰宁值得一游,并向他人推荐。

## 三、游客满意度的状况与分析

### 1. 游客满意度的状况

游客满意度取决于游客感知质量与游客期望值

之间的差异,游客感知质量与游客满意度存在正相关,而游客的感知质量受较多因素影响,本调查问卷的内容分别涉及旅游要素“吃、住、行、游、购、娱”

6个方面来设计,选择山水等自然风光、景区交通便利程度、当地居民友好程度等 19 个评价因子。从表 2 可以看出游客的满意度状况是较好的。

表 2 游客感知质量与期望质量

类型	具体项目	Xt(i)	Xo(i)	Xo(i)-Xt(i)	ri
特色景观	山水等自然风光	1.000	1	0.000	1.0000
	古建碑刻等人文景观	0.973	1	0.027	0.8163
	自然文化景观的保护	1.010	1	0.010	0.9231
交通状况	景区交通便利程度	0.936	1	0.064	0.6522
	来本地旅游的交通条件	0.904	1	0.096	0.5556
景区设施及卫生状况	景区内环境卫生	0.910	1	0.090	0.5703
	景区标牌指示	0.968	1	0.032	0.7895
	景区公厕	0.936	1	0.064	0.6522
	供电、供水、通讯等基础设施	0.894	1	0.106	0.5310
整体环境	当地居民的友好程度	0.984	1	0.016	0.8824
	住宿接待服务	0.910	1	0.090	0.5703
	餐饮接待服务	0.915	1	0.085	0.5854
	康体娱乐服务	0.878	1	0.240	0.3333
	购物商业服务	0.920	1	0.080	0.6000
	商贩卖货程度	0.898	1	0.102	0.5405
服务质量	景区服务与治安	0.894	1	0.106	0.5310
	导游服务质量	0.952	1	0.048	0.7143
	旅游路线涉及与行程安排	0.963	1	0.037	0.7643
总体感受	来本地旅游的总体感受	0.963	1	0.037	0.7643

注:感知质量为非常满意、满意、不置可否、不满意、非常不满意,分别为 5 分、4 分、3 分、2 分、1 分。

### 2. 游客满意度的分析

一般游客在未游览景区之前,对景区内涉及景区管理的以上这些方面内容期望值都是最高的,可将其定为 5 分。本文利用灰色系统模型<sup>[12]26-28</sup>分步骤计算游客满意度值:感知值确定、无量纲化、关联系数计算、游客满意度计算。

#### (1) 感知值确定

通过加权平均数的方法对感知质量进行处理,见公式(1)

$$S = \sum_{i=1}^n i \cdot p_i \quad \dots\dots\dots (1)$$

S—感知值, Pi—给感知因子打 i 分的游客百分比, i=1,2,3……19,通过公式(1)得出结果(见表 2)。

#### (2) 无量纲化

对原始数列无量纲化的方法有初值化、均值化、中值化、公值化和区间相对值化法等,最常用的

为初值化和均值化法。本文采用初值化法,即同一数列的所有数据,均除以第一个数据所得的新数列。

$$X'_{(0),i} = \left\{ \frac{X_{(0),1}}{X_{(0),1}}, \frac{X_{(0),2}}{X_{(0),1}}, \frac{X_{(0),3}}{X_{(0),1}}, \frac{X_{(0),4}}{X_{(0),1}}, \dots, \frac{X_{(0),n}}{X_{(0),1}} \right\} \quad \dots\dots\dots (2)$$

X'\_{(0),i} 为初始感知值, i 取 1,2,3,4……19,由公式(2)可得出,结果见表 3。

#### (3) 计算两级差值与关联系数

通过各因子的关联系数计算,可以明确游客对景区感知因子的感知值与期望值之间的差距。

$$r_i = \frac{\min \min |X_{(0),i} - X_{(u),i}| + 0.5 \max \max |X_{(0),i} - X_{(u),i}|}{|\min \min |X_{(0),i} - X_{(u),i}| + 0.5 \max \max |X_{(0),i} - X_{(u),i}|} \quad \dots\dots\dots (3)$$

式中 ri—关联系数; Xt(i), Xo(i)—为参考序列和比较序列(i 取 1,2,3……19),由公式(3)得出结果,见表 3。

(4)游客满意度的计算

$$R = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n r_i \dots\dots\dots (4)$$

R 为游客满意度, n=1,2,3...19,由公式(4)及表 3 的数据得出泰宁世界地质公园的游客满意度为

0.674。

(5)游客满意度的定位

为衡量游客满意度高低,将满意等级分成 5 个等级(见表 4)。泰宁世界地质公园的游客满意度介于 0.6-0.8 之间,游客满意度为好。

表 3 游客满意度影响因子原始数据无量纲化和关联度计算

感知因子	感知质量(%)					感知值	期望值
	非常满意 (5)	满意 (4)	不置可否 (3)	不满意 (2)	非常不满意 (1)		
山水等自然风光	72.5	25.0	2.5	0.0	0.0	4.700	5
古建碑刻等人文景观	67.5	22.5	10.0	0.0	0.0	4.575	5
自然文化景观的保护	75.0	25.0	0.0	0.0	0.0	4.750	5
景区交通便利程度	60.0	27.5	5.0	7.5	0.0	4.400	5
来本地旅游的交通条件	55.0	27.5	5.0	12.5	0.0	4.250	5
景区内环境卫生	52.5	32.5	5.0	10.0	0.0	4.275	5
景区标牌指示	57.5	40.0	2.5	0.0	0.0	4.550	5
景区公厕	50.0	40.0	10.0	0.0	0.0	4.400	5
供电,供水,通讯等基础设施	50.0	32.5	5.0	12.5	0.0	4.200	5
当地居民的友好程度	62.5	37.5	0.0	0.0	0.0	4.625	5
住宿接待服务	52.5	30.0	10.0	7.5	0.0	4.275	5
餐饮接待服务	55.0	32.5	0.0	12.5	0.0	4.300	5
康体娱乐服务	45.0	25.0	0.0	0.0	30.0	3.550	5
购物商业服务	47.5	37.5	15.0	0.0	0.0	4.325	5
商贩诚实程度	50.0	32.5	7.5	10.0	0.0	4.225	5
景区服务与治安	50.0	30.0	10.0	10.0	0.0	4.200	5
导游服务质量	67.5	20.0	5.0	7.5	0.0	4.475	5
旅游线路涉及与行程安排	67.5	22.5	5.0	5.0	0.0	4.525	5
来本地旅游的总体感受	67.5	20.0	10.0	2.5	0.0	4.525	5

表 4 游客满意度分等级

满意度	很好	好	一般	较差	很差
	0.8-1.0	0.6-0.8	0.4-0.6	0.2-0.4	0-0.2

注:1—游客对景区 100%满意,0—游客对景区一点也不满意

3.游客满意度验证

(1)TDTS 模型

游客重游率及正面口碑与游客满意度存在正相关关系,具体关系见图 1。此图借鉴了 TDTS 模型。<sup>[7-8]</sup>TDTS 概念模型是一个具有因果关系的结构方程模型。该模型由结构模型和测量模型两部分组

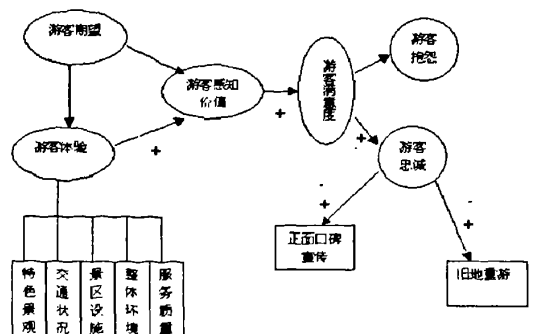


图 1 游客满意度模型(“+”为正相关)成,其中椭圆形之间的路径构成了结构模型,它包

括6个变量,即游客期望、游客体验、游客感知价值、游客满意度、游客忠诚和游客抱怨。其中,游客期望、游客体验、游客感知价值决定着游客的满意程度,是模型的输入变量,也称为前提变量。在前提变量的作用下,产生游客满意度、游客忠诚和游客抱怨3个结果变量。高水平的感知价值会使游客对旅游地非常满意,当游客体验远远大于游客期望时,会产生游客忠诚。反之,劣质旅游产品和不合理的价格,会导致游客抱怨甚至游客投诉。

因此,对景区游客重游率及信息获取途径的调查结果可用来验证泰宁世界地质公园游客满意度计算结果的可信度。72.5%的游客还会选择泰宁作为旅游地,27.5%的游客选择不会再来,愿意重游的游客比重较大。在游客获取风景旅游信息途径上,34%的游客有选择通过亲朋好友介绍这一项,在信息传播途径中所占比重最高,由此可见泰宁世界地质公园的口碑较好。通过对普通游客心理研究,验证得知,通过亲朋好友介绍而获取的信息对潜在旅游者的影响会比通过其它传媒方式留给旅游者的景区印象更加深刻。

调查结果显示基于灰色系统模型计算出的泰宁世界地质公园游客满意度具有一定的科学性,与实际调查较为吻合。

#### 四、结论与讨论

##### 1. 研究区总体游客满意度为较好

通过灰色系统模型分析计算得出,研究区游客满意度较高。“TDTS”模型验证得知游客重游率及正面口碑宣传与游客满意度存在正相关关系。泰宁世界地质公园要继续改善景区的总体形象并提高各因子的感知值,使景区游客满意度达到更高的层次。

##### 2. 评价因子的关联度参差不齐

在灰色系统模型分析中联系系数的大小反映了游客感知值与期望值之间的差异大小,通过比较得出:当地特色自然景观(0.923)、当地居民友好程度(0.882)、景区标牌指示(0.789)、旅游路线涉及与行程安排(0.764)与导游服务质量(0.714)感知值较高。反之,来本地旅游的交通条件(0.556)、商贩诚实程度(0.541)、供电、供水、通讯等基础设施(0.531)、景区服务治安(0.5309)、康体娱乐服务(0.333)的感知值较低。在今后的景区发展中,要加强基础设施

与交通设施的建设,同时要注意为游客提供体验性的娱乐活动。

##### 3. 市场需求多样性的威胁

研究区游客体验水平的一个很大的威胁是市场需求的多样性严重影响游客的旅游满意度。市场需求发生了巨大的转变,游客追寻新的旅游方式如生态旅游、休闲旅游、文化旅游、探险旅游、科考旅游等,他们已不满足于单纯的观光旅游。泰宁世界地质公园目前仍以提供观光旅游产品为主,忽视了体验经济时代游客特征的变化。通过进行游客访谈,得知其中有35%的游客来本地旅游的目的是感受发育最典型、类型最齐全、景观最丰富、风景最优美的青年期丹霞岩穴。20%的游客反映这是在其他景区所体验不到的“泰宁式”丹霞的特色。

##### 4. 游客体验记忆不深与周边类似景点的威胁

游客的体验记忆不深、游客知识背景的差异、兴趣转移、需求的个性化与差异化很难获得足够的心理满足,难以从中受益。在进行游客访谈中,其中有20%的游客根本不知道何为丹霞地貌。同时周边的相似景点或者区位好或者参与性强,在景区服务方面也比泰宁景区好。例如附近的世界“双世”遗产地武夷山已为全国文明风景旅游区示范点,有35%的游客认为研究区和武夷山两地旅游的体验没有很大的区别,其中有少数游客认为研究区旅游体验不如武夷山。

##### 5. 泰宁景区地质文化开发不足

文化旅游是21世纪增长最快的旅游项目。泰宁世界地质公园注重的是观光旅游,对地质遗产文化价值开发处于弱项。地质旅游不仅以保护地理环境特质为目的,更关注人类对自然的态度,提供高品质的旅游活动。泰宁地质公园是发育最典型、类型最齐全、景观最丰富、风景最优美的青年期丹霞地貌区。因此如何使这典型性、特殊性、多样性的“泰宁式”丹霞地质地貌旅游产品成为游客乐于购买的对象,并且在消费过程中达到学习教育的目的是开发的重点。另外,泰宁历史悠久,要把其独具特色的人文展现出来,例如梅林戏(国家级非物质文化遗产)和傩舞、最完整的明代江南古建筑群。这就需要加强对产品的宣传和旅游地解说系统方面的研究。

致谢: 本文创作过程中得到华侨大学旅游学院黄远水教授、李洪波副教授的指点,谨表谢意!

## 参考文献:

- [1]后立胜,许学工.国家地质公园及其旅游开发[J].地域研究与开发,2003,22(5).
- [2]范春.国家地质公园的开发与保护[J].商业时代(理论版),2004,23(36).
- [3]李晓琴,刘开榜,覃建雄.地质公园生态旅游开发模式研究[J].西南民族大学学报(人文社科版),2005,26(7).
- [4]Oliver R L. A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions[J].Journal of Marketing Research,1980,17(1).
- [5]王群,丁祖荣,章锦河,等.旅游环境游客满意度的指数测评模型[J].地理研究,2006,25(1).
- [6]沈向友.旅行社服务质量与游客满意度影响因素分析[J].旅游学刊,1999,15(5).
- [7]连清,汪侠.旅游地顾客满意度测评指标体系的研究及应用[J].旅游学刊,2004,20(5).
- [8]连清,梅虎.旅游地游客满意度:模型及实证研究[J].北京第二外国语学院学报,2006,28(7).
- [9]李智虎.谈旅游景区游客服务满意度的提升[J].企业活力,2003,19(4).
- [10]董观志,杨凤影.旅游景区游客满意度测评体系研究[J].旅游学刊,2005,21(1).
- [11]涂玮,任黎秀,吴兰桂,等.基于灰色系统的成熟旅游地游客满意度研究——以南京中山陵园风景名胜区分区为例[J].山东师范大学学报(理科版),2006,21(3).
- [12]邓聚龙.灰色系统基本方法[M].武汉:华中科技大学出版社,1987.

责任编辑:高 焕

## An Empirical Analysis of Tourists' Satisfaction in UNESCO Geoparks —A Case Study of Taining Geopark -P.R.China

Zhou Lingfei, Chen Jinhua

(College of Tourism, Huaqiao University, Quanzhou362021, China)

**Abstract:** As a yardstick of traveling experiences, tourists' satisfaction highly influences the future tourism income and policy making. By using field observation, on-the-spot questionnaires survey, personal interviews to investigate the tourists' perception of Taining Geopark, the paper makes a quantitative analysis of tourist satisfaction in Taining Geopark with the aid of statistical analysis tool SPSS software and gray system model. The statistics show a high tourists' satisfaction and it is positively correlated with revisiting rate and positive publicity, which is validated by TDTS test.

**Key Words:** UNESCO Geoparks; tourists' satisfaction; gray system; Taining County

·徽州文化小资料·

### 徽州最早的状元

徽州最早的状元是五代南唐时期的歙县岩镇(今黄山市徽州区岩寺镇)人舒雅。

舒雅,字子正。幼好学,才气过人。以文才与吏部侍郎韩熙载一见如故,结为忘年交。当时韩熙载门下数十人,共推舒雅为首。

南唐保大八年(950年),舒雅状元及第,遂名闻天下。入宋后为将作监丞。先后参与编纂和校订《文苑英华》、《史记》、《论语正义》、《七经疏义》等书。累迁职方员外郎,后出守舒州。秩满乞致仕,就掌仙灵观。大中祥符二年(1009年)入直昭文馆。卒年70余岁。舒雅善诗文,著有《西昆酬唱集》等。