

基于 ACSI 模型的古村落游客满意度研究

——以“中国民间艺术之乡”兰寨为例

伍百军

(罗定职业技术学院, 广东罗定 527200)

摘要:以 ACSI 模型为基础建立古村落游客满意指数模型,并建构相应的满意度指标体系,对广东兰寨游客满意度进行实证研究,结果表明:游客满意度与游客期望、感知质量和感知价值这三个变量之间存在正相关;游客满意度和游客忠诚度之间存在正相关;游客满意度和游客抱怨之间存在负相关。要提高兰寨古村落游客满意度,必须提高景点的文化品位,完善配套设施建设,设计参与性旅游项目,加大古建筑的保护与修缮。

关键词:游客满意度;古村落;兰寨;ACSI 模型

中图分类号:F592.7

文献标志码:A

文章编号:1009-2013(2016)05-0063-06

Tourist's satisfaction for the ancient villages on the base of ACSI model: Case study in Lan village, a "home for China's rural folk art"

WU Baijun

(Luoding Polytechnic, Luoding 527200, China)

Abstract: On the base of ACSI model, this article establishes ancient villages tourist satisfaction index model, constructs the corresponding satisfaction index, and study empirically tourist satisfaction for Lan village, Guangdong. The results show: tourist satisfaction are positively correlated with tourists expectations, perceived quality and perceived value, there is a positive correlation between tourist satisfaction and tourists' loyalty, negative correlation exists between tourists satisfaction and tourists' complain. The paper then propose some advice to increase tourist's satisfaction for Lan village: improve the cultural quality of attractions, improve the supporting facilities, design a participatory tourism projects and increase the protection and restoration of ancient buildings.

Keywords: tourist satisfaction; ancient village; Lan village; ACSI model

一、问题的提出

中国古村落遗存众多,且各具特色,既丰富了中国传统文化,也成为别具特色的旅游资源。很多学者从以下方面对古村落旅游进行了研究:一是古村落旅游的开发方面,方志远、冯淑华^[1]提出以大中城市为依托、以风景名胜區为依托和以品牌旅游

线路为依托的三种类型开发模式;朱桃杏、陆林^[2]认为古村落旅游开发应坚持差异性开发战略;陈尧^[3]以武安市为个案对古村落的时空演变进行了研究;张建忠、刘家明、柴达^[4]提出了古村落旅游发展在物态化、制度化和意态化等方面的活化利用。二是古村落旅游可持续发展方面,如卢松^[5]对古村落旅游地的环境容量进行了分析;胡田翠^[6]构建了古村落旅游可持续的评价指标体系;徐克师^[7]从老年人环境感知方面论述了古村落旅游的可持续发展。三是古村落旅游社区利益方面,邹统钎^[8]认为社区主导开发是保障遗产旅游可持续发展的机制;余向洋^[9]构建了古村落社区旅游整合的平台;崔晓

收稿日期:2016-09-10

基金项目 广东省哲学社会科学规划项目(GD15XGL47);广东省哲学社会科学规划项目(GD13DL08);云浮南江文化研究中心资助项目(YFNJ201404)

作者简介:伍百军(1974—),安徽无为人,副教授,主要研究方向为乡村文化旅游和旅游教育。

波^[10]提出了济南朱家岭古村落旅游发展中社区参与与评价评价指标体系。四是在古村落旅游经营管理方面,王咏、陆林^[11]、周彩屏^[12]分别对黟县西递、宏村和浙中古村落的旅游管理体制进行了研究;车震宇、保继刚^[13]论述了市县旅游政策与管理在古村落保护和旅游发展中的重要性。五是在古村落旅游资源评价方面,程乾、付俊^[14]通过层次分析法和模糊评价法构建了古村落旅游资源的指标评价模型;时少华、汤利华、李芳^[15]通过模糊切换方法构建了北京古村落民俗旅游资源评价指标体系,提出了提升民俗旅游资源利用的建议;时少华^[16]运用 Clementine12.0 等模型和模糊评价方法对 8 个古村落民俗资源进行了评价。以上古村落旅游的研究成果尽管比较丰富,角度多样,但只有少数学者对古村落目的地游客满意度进行研究^[17-20],为丰富这方面的研究,笔者拟依据美国消费者满意指数(ACSI)模型,以广东兰寨古村落为案例,对古村落旅游目的地游客满意度进行研究,以对中国古村落旅游发展提供借鉴。

二、模型构建和变量选取

顾客满意理论在西方一些发达国家有了进一步发展和更广泛的应用,如建立一些模型对顾客满意进行测评,以此作为一个指标来衡量国家或行业的宏观经济发展状况。这些模型中最为重要的就是 1994 年美国顾客满意度指数(American Customer Satisfaction Index,简称 ACSI)。这一模型共含有顾客期望、质量感知、价值感知、顾客满意度、顾客抱怨和顾客忠诚 6 个隐变量(结构变量)、15 个观察变量(用来调查和研究的变量)和 9 个相互关系。

对古村落目的地游客满意度进行研究,可以借用 ACSI 模型来构建游客满意度指数模型,这种因果关系模型包括游客期望、质量感知、价值感知、游客满意度、游客抱怨和游客忠诚 6 个变量(图 1),其中前三个是原因变量,它们决定着游客的满意度,后三个是结果变量,在前三个原因变量的作用下,产生了游客满意度、游客抱怨和游客忠诚三个结果。由于这 6 个变量是不能进行直接测量的隐变量,需要通过问卷形式将隐变量转化为显变量,才

能够直接观察和测量。

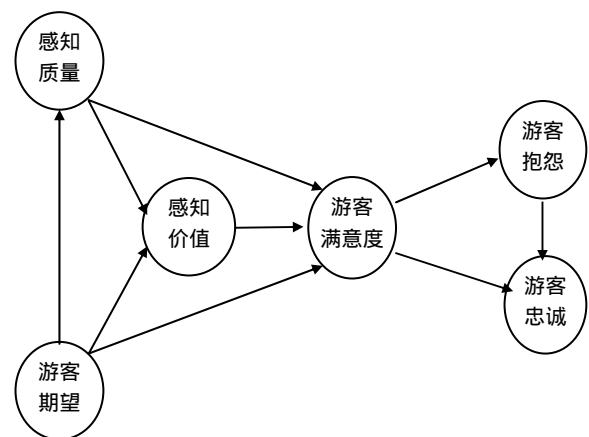


图 1 古村落游客满意度指数模型

在 ACSI 模型中,测评的指标体系有四级,相应地古村落目的地游客满意度指数模型中也有四级,其中“古村落目的地游客满意度指数”为一级指标,6 个隐变量为二级指标,三级指标为隐变量与各自所对应的测量指标组,四级指标就是调查问卷上的相关问题。本研究重点对二级指标和三级指标进行研究。由于很难对 ACSI 模型中的 6 个隐变量直接进行测量,为统计方便,参照 ACSI 模型将 6 个隐变量转换成 22 个可观测变量(表 1),以便间接测量隐变量。

游客对古村落目的地产生期望,是因为游客在旅游之前会通过媒介了解古村落景点并产生一定的心理预期,其主要由两个显变量构成,即对古村落总体期望和对古村落旅游产品需求程度的期望。游客对古村落目的地的质量感知是在旅游过程中对旅游产品和服务的一种实际感受,根据相关资料确定了住宿方便、餐饮特色、古建筑保护程度、居民态度和路标指示等 12 个显变量。古村落目的地的感知价值是指游客在考虑产品价格和质量后所获利益的真实感受,主要有对古村落旅游总成本和总价值的感知两方面。游客满意度是在旅游者在古村落旅游之后对旅游产品和服务最终的满意程度,一般有总体满意度和与期望值相比的满意度两个显变量。古村落目的地游客抱怨是他们旅游之后对产品和服务产生了不满意,它由游客投诉和对古村落负面宣传两个显变量来反映。古村落目的地游客忠诚是旅游者是否再次来此游玩的可能性,由重游古村落和对古村落正面宣传两个显变量构成。

表 1 古村落目的地游客满意度指数测量模型的指标体系

一级指标	二级指标 (隐变量)	三级指标(显变量)	四级指标
古村落目的地游客满意度指数	游客期望 ξ	对古村落总体期望 X_1	对古村落目的地总体印象
		对古村落旅游产品需求程度的期望 X_2	古村落目的地旅游产品需求期望
	感知质量 η_1	内外部交通的便捷 Y_1	对古村落目的地吃、住、行、购等方面的特色感知
		住宿方便 Y_2	
		餐饮特色 Y_3	
		购物种类特色 Y_4	
		村内游览线路有序 Y_5	对古村落目的地游览秩序、线路、指示、从业人员服务及古建筑保护的质量感知
		路标指示明确 Y_6	
		从业人员服务水平 Y_7	
		古建筑保护程度 Y_8	
		村内卫生状况 Y_9	对古村落目的地吃、住、行、购等方面卫生和安全的感知
		村内安全情况 Y_{10}	
	感知价值 η_2	停车场现状 Y_{11}	对停车场服务的质量感知
		居民态度 Y_{12}	古村落居民对游客的态度感知
	游客满意度 η_3	对旅游总成本的感知 Y_{13}	对所支付价格的满意程度和之后所获得总价值的感知
		对旅游总价值的感知 Y_{14}	
	游客抱怨 η_4	总体满意度 Y_{15}	对古村落目的地总体满意程度和与期望值之间对比情况的满意程度
		与期望值相比的满意度 Y_{16}	
	游客忠诚 η_5	游客投诉 Y_{17}	正式抱怨和非正式抱怨
		对古村落负面宣传 Y_{18}	
	重游古村落 Y_{19}	重游该古村落和向他人推荐该古村落的可能性	
	对古村落正面宣传 Y_{20}		

对古村落目的地游客满意度指数进行计算，可以利用结构方程导出其计算公式，在一般情况下结构方程由两个方程即外生变量和内生变量测量方程组成。借用 ACSI 模型，古村落目的地游客满意度结构模型方程也可为： $\eta - \beta \cdot \eta + \Gamma \cdot \xi + \zeta$ ，测量模型的方程是 $X - A_x \xi + \delta$ ； $Y - A_y \eta + \epsilon$ 。其中公式中的 η 是内生隐变量， ξ 是外生隐变量， β 和 Γ 内生变量和外生变量的通径系数矩阵， ζ 是残差向量， X 是外生显变量构成的向量， Y 是内生显变量构成的向量， A_x 和 A_y 是负荷矩阵， δ 和 ϵ 是误差向量^[21]。

在此基础上生成古村落目的地游客满意度指数公式如下：

$$CSI = \{E[\eta] - \text{Min}[\eta]\} / \{\text{Max}[\eta] - \text{Min}[\eta]\} \times 100$$

公式中 η 是隐变量顾客满意度， $E[\eta]$ 是顾客满意度的期望得分， $\text{Min}[\eta]$ 和 $\text{Max}[\eta]$ 分别是顾客满意度的最低和最高得分。

三、数据来源和样本分析

1. 数据来源

兰寨位于郁南县连滩镇西坝，有着“中国民间

艺术之乡”的美誉，村内有双桂堂古屋、瑞昌大屋、状元及第古庙等历史底蕴深厚的古建筑，整体艺术受南江文化传统和优美地理位置等因素影响，形成独具一格的南江流域建筑风格。2014 年兰寨被评为“广东省古村落”。经过几年的发展，兰寨的知名度越来越高，旅游效益日渐显著。近几年来兰寨旅游的人数逐年攀升，2013 年接待 8 万人次，2014 年接待 10 万余人次，2015 年接待达 13 万人次。

本研究的问卷设计主要是结合 ACSI 模型、表 1 中的古村落目的地游客满意度指标体系中的三级指标以及一些专家的意见，将调查问卷分为三部分。第一部分是旅游基本概况，主要是了解游客来兰寨旅游的时间、出游方式、客源地和来兰寨游玩的次數等；第二部分是对兰寨旅游情况进行调查，对 6 个隐变量进行细化 转化为可测量的问卷问题，包括对兰寨古村落的期望、产品质量、服务质量的感知、游客抱怨以及后期对兰寨旅游的忠诚等；第三部分是受访者游客的人口学特征，包括受访者的性别、年龄、收入和受教育程度等基本情况。

问卷使用 Likert5 级顺序量表，对问题测量的

满意程度从高到低分别是很满意、满意、一般、不满意、很不满意,对测量的旅游产品价值从高到低分别是非常值、值、一般、不值、非常不值,对测量的期望程度从高到低是超越很多、超越、基本达到、未达到、相差很多,它们的对应值分别是5、4、3、2、1。此次问卷调查的对象是进入兰寨古村落的游客,分别于2014年8月、2014年10月以及2015年1月三次对来兰寨古村落的游客进行了正式调查,采取随机的方式发放问卷。三次共发放问卷310份,收回问卷298份,剔除无效问卷,有效问卷277份,问卷有效率为89.35%,之后利用SPSS21.0对调查所得的数据进行整理和分析。

对所回收的277份有效问卷进行信度分析,以检验问卷的可靠性和真实性,最常用的是Cronbach A α 信度系数,A α 系数处于0~1之间,信度系数在0.8以上说明问卷的信度可靠,信度系数越高,表示问卷调查结果就越可信。采用SPSS21.0软件对收集到的277有效问卷的内部一致性继续分析,得到总量表的Cronbach A α 系数为0.887,表明问卷关于古村落目的地游客满意度信度可靠性较高。

2. 样本分析

将调查问卷的第一部分和第三部分调查数据整合为表2。

表2 调查样本基本情况

类别	样本分类	频次	百分比/%	类别	样本分类	频次	百分比/%
性别	男	184	66.43	收入	2000元以下	32	11.55
	女	93	33.57		2001~4000	92	33.22
年龄	18-28	43	15.52		4001~6000	94	33.94
	29-45	111	40.07	6001以上	49	17.69	
	46-60	94	39.94	职业	大学生	55	19.86
	61以上	29	10.47		企事业单位	78	28.16
文化程度	初中以下	22	7.94		事业单位	54	19.49
	高中及中专	62	22.38		自由职业	47	16.97
	大学专本科	125	45.13	其他	43	15.52	
	本科及以上学历	68	24.55	客源地	云浮地区内	125	45.13
游览次数	一次	215	77.62		云浮周边	93	33.57
	二次	31	11.19		广东其他地区	32	11.55
	三次	24	8.66	其他省份	27	9.75	
	三次以上	7	2.53	旅游方式	旅行社组织	41	14.80
旅游时间	法定节假日	242	87.36		自驾游	208	75.09
	非法定假日	35	12.64		乘坐客运车辆	28	10.10

对来兰寨古村落的游客调查所得的基本数据(表2)进行分析可知,来兰寨的游客以男性为主,且文化程度较高,主要是因为兰寨古村落作为文化型的景观,相对来说女性对其兴趣不太。另外,文化型景观需要一定文化层次的游客去体验,因此在接受调查的游客中,大学及以上的学历占69.68%。被调查中有近一半(47.65%)属于企事业单位的员工,因此他们(87.36%)在出游时间上只能选择法定的节假日,其中大学生占19.86%,主要是因为兰寨古村落是广东省内外十几所高校的写生基地,在兰寨调查时正好遇到了一所大学的学生正在进行写生实习。在客源地的分布特征方面,云浮市内和周边地

市的游客达78.70%,同时游览一次的占了77.62%,二次以上的很少,这说明兰寨古村落的宣传还没有到位,同时游客对兰寨古村落的游览价值还没有认同,很多人表示不会再来。

四、兰寨古村落游客满意度测量

利用SmartPLS2.0软件对模型进行运算,运算输出的结果主要有相关系数、载荷、权重、路径系数等。根据各个显变量的均值和载荷指,生成了古村落目的地游客满意度指数公式,进一步计算出兰寨古村落游客满意度模型中所有隐变量与显变量的指数值,结果见表3。

表 3 游客满意度隐变量指数和显变量指数

隐变量	指数值	显变量	指数值
游客期望	77.19	X_1	76.69
		X_2	76.37
感知质量	68.34	Y_1	67.21
		Y_2	66.23
		Y_3	68.10
		Y_4	65.21
		Y_5	71.75
		Y_6	71.88
		Y_7	63.25
		Y_8	66.37
		Y_9	66.87
		Y_{10}	71.52
感知价值	67.12	Y_{11}	70.12
		Y_{12}	70.81
		Y_{13}	68.56
		Y_{14}	66.34
游客满意度	63.24	Y_{15}	64.26
		Y_{16}	62.78
游客抱怨	66.78	Y_{17}	68.35
		Y_{18}	65.71
游客忠诚	64.21	Y_{19}	64.18
		Y_{20}	64.38

现对以上结果简要分析如下：

第一，游客期望指数为 77.19，对兰寨古村落的总体印象期望值高达 76.69。可以看出游客对兰寨古村落的期望值比较高，主要是因为兰寨是岭南文化的代表，有着“广东省古村落”的美誉，而且村内还有国家级、省市各级非物质文化遗产，这些对游客都具有较强的吸引力。

第二，游客对兰寨的感知价值指数是 67.12，其中对总成本的感知指数值较高，主要是因为目前去兰寨游玩无需门票、饮食价格不高等原因。尽管感知价值指数在六个隐变量指标中居第二，但由于受到高期望值的影响，实际状况低于期望值，从而降低了游客感知价值的满意度，因此兰寨古村落要提高产品质量让游客获得更高的感知价值。

第三，游客的感知质量满意度指数 68.34，在感知质量中，满意度指数前三位分别为路标指示明确(Y_6)，村内游览线路有序(Y_5)，停车场现状(Y_{11})，指数值都在 71 分以上。这表明游客对兰寨古村落整体布局和基本情况相对较为满意，村落内路标指示非常明确、醒目，游览线路一目了然，特别是近

年兴建了近两千平方米的停车场，给自驾游的游客带来极大的方便。不过，游客对餐饮、购物、从业人员服务和古建筑保护等方面满意度比较低，亟待古村落管理者在这些方面做出努力。

第四，游客抱怨和游客忠诚指数分别为 66.78 和 64.21，说明游客游完兰寨之后抱怨比较强烈，主要原因就是游客期望和他们的实际感知价值之间相差较大以及实际感知质量偏低，很多游客游完兰寨之后有后悔的感觉。这导致游客对兰寨的忠诚度大大降低，因此，兰寨古村落要提高其产品质量，需要不断开发新的旅游产品。

第五，游客对兰寨古村落的满意度指标只有 63.24，位列倒数第一，说明游客对兰寨古村落的满意度很低，高期望值和低满意度形成了鲜明对比，主要是由于游客来兰寨旅游所看到的远远没有心中所期望的那样完美，有着失落的感觉，因此，兰寨古村落管理者需要提升兰寨古村落旅游产品与服务的价格和质量，努力让游客感觉“物有所值”，只有这样才能提高游客的满意度。

五、结论与政策建议

运用古村落目的地游客满意度模型中的 6 个隐变量和 22 个显变量对兰寨的游客满意度进行了研究，最终得出以下结论：第一，游客满意度与游客期望、感知质量和感知价值这三个变量之间存在正相关；第二，游客满意度和游客忠诚度之间存在正相关；第三，游客满意度和游客抱怨之间存在负相关。基于以上分析可知，在兰寨古村落今后的管理中，应在住宿、交通、娱乐和餐饮等方面提高质量，以降低游客的抱怨，获得高的游客满意度与重游率。为此兰寨古村落主要应从以下几个方面来提高游客满意度。

(1)挖掘特色，提高文化品位。兰寨作为岭南文化的杰出代表，它集历史人文景观和自然景观于一体，又是广东省古村落，对其进行开发，首先要明确主题，深入挖掘其潜力，增加文化附加值，突出兰寨古村落所具有的地方特色，在建筑、饮食等方面体现出民俗风情风貌，让游客更多地感受到兰寨古村落的差异性文化。同时兰寨古村落自然环境优美，可以开展兰寨古村落生态旅游，让游客尽情地领略田园风光。这些都增加了游客的价值感知，提

升了游客的满意度。

(2)树立全面质量管理理念。兰寨村要积极关注游客的质量需求,以对游客提供优质服务为中心,管理部门和旅游服务的提供者要协同合作,加强旅游产品质量和服务质量,最大化地为游客提供最优的服务,如可以建立健全兰寨古村落的管理和规章制度,确定旅游质量的目标,制定使游客满意的旅游服务质量方针,提升相关从业人员的服务水平,以提高游客的满意度。

(3)完善配套设施建设。目前兰寨古村落配套设施相对比较落后,制约了兰寨旅游的进一步发展,因此要逐步完善旅游配套设施。首先要开通周边城市到兰寨的班车,为那些无自驾车又不跟团的游客提供方便;其次要在连滩镇建立宾馆、农家乐和咖啡厅以方便游客住宿或休闲;第三是相关配套设施要标准化,住宿和饮食条件要安全卫生。同时可以与兰寨附近景点如南江第一湾、大王山国家森林公园等达成战略一致,增加游客的价值感知,提升兰寨古村落游客满意度。

(4)设计参与性旅游项目。目前兰寨古村落旅游产品只是局限于以静态展示的方式呈现给游客,游客对古村落旅游产品的参与性、体验性不够,游后感受与体验较为肤浅。因此兰寨古村落要增加适合不同年龄层次的参与性、娱乐性等个性化的旅游产品和服务,如让游客参与跳禾楼、参与正己学校“学十德”等活动,减少与其他古村落的雷同率,并对旅游设施进行不断更新,以提高游客的重游率。

(5)加大古建筑保护与修缮。兰寨村古建筑年代比较久远,且保护和修缮措施没有到位,有的墙体脱落,有的古建筑内还胡乱堆放各种农家杂物,大大降低了游客的满意度。因此,地方政府要牵头各相关责任方,结合古村落的传统风俗习惯和发展方向,在保留原有风格下对兰寨古建筑进行修缮,以提高游客的满意度。

参考文献:

- [1] 方志远,冯淑华.江西古村落的空间分析及旅游开发比较[J].江西社会科学,2004(8):220-223.
- [2] 朱桃杏,陆林.徽州古村落群旅游差异性开发的竞合分析[J].人文地理,2006,21(6):57-61.
- [3] 陈尧.武安市古村落时空演变分析与保护研究[D].北

京:中国地质大学,2014:1-81.

- [4] 张建忠,刘家明,柴达.基于文化生态旅游视角的古村落旅游开发——以后沟古村为例[J].经济地理,2015(9):189-194.
- [5] 卢松.古村落旅游地旅游环境容量及客流特性研究——以世界文化遗产西递古村为例[D].安徽:安徽师范大学,2003(6):30-35.
- [6] 胡田翠.古村落旅游可持续评价指标体系构建研究[J].现代经济,2007(6):36-38.
- [7] 徐克帅.老年人环境感知和古村落旅游的可持续发展——以浙江余姚市柿林村为例[J].桂林旅游高等专科学校学报,2007,18(1):88-91.
- [8] 邹统钎,李飞.社区主导的古村落遗产旅游发展模式研究——以北京市门头沟爨底下古村为例[J].北京第二外国语学院学报(旅游版),2007(5):78-86.
- [9] 余向洋.古村落社区旅游的另一种思路——借鉴台湾社区营造经验[J].黄山学院学报,2005(7):42-44.
- [10] 崔晓波.古村落旅游发展中社区参与度研究——以济南朱家峪为例[D].辽宁:沈阳师范大学,2013:33-38.
- [11] 王咏,陆林.古村落型旅游地管理体制研究——以黟县西递、宏村为例[J].安徽师范大学学报(自然科学版),2006(3):294-297.
- [12] 周彩屏.古村落型旅游地旅游管理体制实证研究——以浙中古村落为例[J].湖北经济学院学报(人文社会科学版),2008(11):70-72.
- [13] 车震宇,保继刚.市县政策与管理在古村落保护和旅游中的重要性——以黄山市、大理州和丽江市为例[J].建筑学报,2006(12):45-47.
- [14] 程乾,付俊.基于游客感知的古村落旅游资源评价研究[J].经济地理,2010(2):229-333.
- [15] 时少华,汤利华,李芳.北京古村落民俗旅游资源评价研究[J].商业研究,2014(12):166-172.
- [16] 时少华.基于人工神经网络的京西古村落民俗旅游资源评价[J].湖北农业科学,2015(12):3049-3054.
- [17] 冯淑华,沙润,邱燕.游客对古村落旅游的“真实感—满意度”测评模型初探[J].人文地理,2007(6):85-89.
- [18] 邱燕,赵士德,占辉斌.古村落旅游地游客满意度模型及实证研究——以安徽黟县宏村为例[J].长春工业大学学报(社会科学版),2013(9):36-41.
- [19] 李文兵.古村落游客忠诚模型研究——基于游客感知价值及其维度视角[J].地理研究,2011(1):37-48.
- [20] 吴峰.湘乡市壶天古村游客满意度调查[D].长沙:中南林业科技大学,2014:44-65.
- [21] 段冰.基于结构方程的顾客满意度测评模型[J].统计与决策,2013(12):104-106.

责任编辑:曾凡盛