

# 景区依托型乡村旅游地游客满意度研究

## ——以寨沙侗寨为例

卢雪美 张祥一<sup>1</sup>

(铜仁学院 经济管理学院, 贵州 铜仁 554300)

**【摘要】:** 以寨沙侗寨为例, 构建了景区依托型乡村旅游地游客满意度指标体系, 运用 IPA 分析法进行实证分析。研究表明, 寨沙侗寨生态环境的优良性属于优势项目, 需要继续保持; 娱乐活动多样性与特色性、餐饮价格合理、乡村风貌的原真性、乡村卫生状况、旅游从业者的服务水平、旅游厕所数量、旅游车位数量属于劣势项目, 亟待改进。建议寨沙侗寨应开发特色乡村旅游产品、注重乡村风貌原真性、优化旅游服务设施、提升旅游从业人员服务质量。

**【关键词】:** 景区依托型乡村旅游 游客满意度 IPA 分析 寨沙侗寨

**【中图分类号】** F592.7 **【文献标识码】** A

中国特色社会主义进入新时代, 乡村振兴战略作为一项重大的历史任务, 在我国“三农”发展进程中具有划时代的里程碑意义。乡村旅游被认为是实现乡村振兴战略的一种重要方式, 正逐渐演变成为推动和解决乡村经济增长、解决农民就业的乡村性新兴产业<sup>[1]</sup>。景区依托型乡村旅游是指位于著名景区附近, 以现有景区旅游资源为依托, 与所依托景区进行“相互补偿”式发展的乡村旅游方式<sup>[2]</sup>。该旅游方式能够共享景区客源, 分享景区盈余, 并对景区提供的旅游产品功能进行有机补充, 从而实现双赢。

寨沙侗寨作为依托梵净山景区发展起来的重点乡村旅游村寨, 随着梵净山申遗及创建 5A 级旅游景区的成功, 迎来了一个新的发展契机。但其粗放式的旅游发展与游客追求身心愉悦的高质量旅游需求之间的矛盾也日益尖锐, 游客的满意度较低, 一定程度制约了寨沙侗寨的发展, 也不利于铜仁市委市政府对梵净山“山上做吸引力、山下做生产力”, 山上山下协同发展目标的实现。因此, 本文选取寨沙侗寨作为研究对象, 运用 IPA 分析法对游客满意度进行研究, 试图找出影响游客满意度的关键因素, 在此基础上提出改进策略, 以为寨沙侗寨乡村旅游高质量发展提供一定的参考。

### 1 研究综述

20 世纪 70 年代开始国外学者就已经关注乡村旅游游客满意度<sup>[3]</sup>。Olive 从期望——差异理论的视角出发, 认为游客满意度是游客在进行旅游活动之前的预期和旅游后的体验进行对比而产生的一种心理评价, 主要反映游客对旅游活动的预期与实际旅游体验之间的落差<sup>[4]</sup>。Olive 的期望——差异理论被我国学者广泛接受和应用。王世英<sup>[5]</sup>选取万州区为研究区域, 以乡村旅游游客满意度为切入点, 通过配对样本 t 检验及 IPA 分析, 反映出万州区乡村旅游的优势和改善之处。李慧等<sup>[6]</sup>构建了城郊型乡村旅游地游客满意度评价指标体系, 借助 IPA 法对合肥市大圩镇的游客满意度展开研究。随着乡村旅游业的不断发展, 游客满意度研

---

**作者简介:** 卢雪美(1997—), 女, 贵州安顺人, 本科生。张祥一(1990—), 男, 河南南阳人, 在读博士, 研究方向: 旅游资源开发与规划。

**基金项目:** 贵州省教育厅高等学校人文社科项目(2021ZC065); 铜仁学院 2021 年一流本科教育专项项目成果(YLBK-2021032)

究的意义和价值也逐渐凸显。国内外学者普遍认同游客满意度是游客期望与实际旅游感知之间比较的结果。如果游客在旅游活动中实际产生的体验感知优于进行旅游活动之前的心理预期,那么游客就会给予满意的评价,甚至还会非常乐意将该旅游活动推荐给他人;反之,如果旅游活动的实际体验不如活动前的心理预期,游客心中就会产生落差,导致不满意的情绪产生。这为本文的研究提供了一定的理论基础。

## 2 研究设计

### 2.1 研究区概况

寨沙侗寨全寨现有 75 户 304 人,其中侗族占全寨人口的 85%。寨沙侗寨距江口县城 15km,距梵净山南大门 2km。2013 年,寨沙侗寨的第一个乡村旅游协会成立,寨沙侗寨人从此走上了乡村旅游发展的道路。全寨实行村民自主经营、管理自治。目前有民宿 74 户,带动就业 270 余人,村民旅游行业参与度非常高,经济效益较好<sup>[7]</sup>。

### 2.2 研究方法

IPA(Importance Performance Analysis)分析法,最早由 Martilla 和 James 于 1997 提出<sup>[8]</sup>,他们认为顾客的满意度是基于该服务或产品的重要程度和这项产品或服务的绩效表现。IPA 分析法将总体指标的重要性均值列为 y 轴,满意度均值列为 x 轴,划分四个象限,并将各项测量指标根据其游客感知的重要性和满意度评价测量结果对应分布到四个象限中,对其所代表的含义进行分析与阐释<sup>[9]</sup>。本文运用 IPA 分析法,对寨沙侗寨乡村旅游满意度的影响因素进行实证分析。

### 2.3 评价指标体系构建

乡村旅游是一个体验过程,过程中每个环节都会影响游客的满意度,由此可见,影响寨沙侗寨乡村旅游游客满意度的因素很多。为确定寨沙侗寨乡村旅游游客满意度的影响因素,本文查阅大量的文献资料,选取乡村旅游产品、乡村旅游价格、乡村旅游环境、乡村旅游服务、乡村旅游服务设施为一级指标因子,并分别在一级指标因子下找出相关的二级指标因子,构建出寨沙侗寨乡村旅游游客满意度指标体系(表 1)。

表 1 景区依托型乡村旅游地游客满意度指标体系

一级指标因子	二级指标因子
乡村旅游产品(A)	餐饮干净卫生(A1)、餐饮有特色(A2)、住宿设施齐全(A3)、住宿环境优美(A4)、民族风情体验(A5)、娱乐活动多样性与特色性(A6)、购物多样性与特色性(A7)
乡村旅游价格(B)	餐饮价格合理(B1)、住宿价格合理(B2)、购物价格合理(B3)
乡村旅游环境(C)	乡村风貌的原真性(C1)、生态环境的优良性(C2)、乡村卫生状况(C3)
乡村旅游服务(D)	旅游从业者的服务水平(D1)、当地村民的态度(D2)、旅游投诉与处理(D3)
乡村旅游服务设施(E)	交通便利性(E1)、旅游厕所数量(E2)、旅游车位数量(E3)

### 2.4 问卷设计

本问卷由两节内容组成：第一节是受访者的人口统计学特征，第二节是受访者的重要性——满意度调查。第二节是量表形式，采用的是李克特(Likert)五级量表，不但能获得游客对寨沙侗寨乡村旅游满意度每项影响因子的重要程度和满意度情况，还能得到游客对寨沙侗寨的总体态度。每个二级指标因子的重要性和满意度均有五个答案，将这五个答案从低重要程度或低满意度到高重要程度或高满意度依次赋值 1、2、3、4、5，数值越大，表示程度越大。

## 2.5 问卷发放

本文的调查对象是到寨沙侗寨旅游的游客，可以是初次来的，也可以是多次前来的。因以团队形式到来的游客团可能会造成调查对象的重复选取，降低样本的代表性，因此将其作为一个样本调查。调查地点仅为寨沙侗寨。

为了避免受旅游季节性影响，使本次调查结果更加客观，将问卷调查时间分为两个时间段，第一个时间段为 2021 年 3 月 1—20 日，均为工作日，为旅游淡季，第二个时间段为 2021 年 4 月 2—6 日，在清明假期前后，为旅游旺季。在两个调查时段，共发放 248 份问卷，回收有效问卷为 200 份，有效率为 80.64%。

# 3 数据分析

## 3.1 信度分析

通过 SPSS26.0，采用  $\alpha$  信度系数法进行信度检验。表 2 信度分析表为 Cronbach' s  $\alpha$  信度检验结果，满意度和重要性的  $\alpha$  分别为 0.936 和 0.804，表明问卷具有良好的可靠性和有效性。

表 2 信度分析结果

指标	Cronbach' s $\alpha$	项数
满意度	0.936	19
重要性	0.804	19

## 3.2 人口统计学特征

男女所占比例分别为 47%和 53%，该比例差异不大，将近于 1：1，大致符合了当前社会的男女比例均衡分布特点。从受访者的年龄层的分布上看，全体受访者主要在 17~35 岁，所占比例达到 76.5%，说明寨沙侗寨乡村旅游对这部分人群的吸引较大，这部分年龄层的旅游者往往有更多的时间和精力。从职业上看，学生人数最多，占 60%；其次是政府机关或事业单位工作人员，占 13%；再是企业工作人员以及个体工商户，占 8%。受教育程度上，本科或大专以上学历人数是最多的，占 70%；其次是高中或中专学历，比例为 14%。

## 3.3 重要性与满意度的描述性分析

根据寨沙侗寨乡村旅游游客重要性——满意度调查结果可知，重要性感知均值为 4.38~4.97，可见受访者对影响因子的重视程度都相对较高，其中“交通便利性”的均值高达 4.97，说明游客对寨沙侗寨交通条件的便利程度很重视。标准差介于 0.171~0.517，说明受访者在意见和态度上偏差不大。

寨沙侗寨乡村旅游的游客总体满意度均值为 3.34，属于中等水平，而标准差为 0.40，说明受访者的满意度偏差不大。影响因子满意度的均值为 2.40~3.97，标准差介于 0.071~0.676，偏差较小。受访者旅游体验较为满意的影响因子排名靠前的有生态环境的优良性、交通便利性、住宿环境优美；游客对寨沙侗寨乡村旅游的娱乐活动多样性与特色性排名最后，均值为 2.40。

### 3.4 两配对样本 t 检验

将寨沙侗寨乡村旅游影响因素的二级指标的重要性和满意度这两组数据进行两配对样本 t 检验，比较两者是否存在显著差异。

结果显示(表 3)，P 值小于 0.05，变量均存在显著差异。对比重要性与满意度的均值可知，重要性的均值都大于满意度的均值，充分说明了受访者的实际体验满意度明显低于游客的期望值。这一结果说明了游客对寨沙侗寨乡村旅游的期望值较高，从旅游经营者的角度来说，寨沙侗寨乡村旅游开发中存在许多不足之处。

表 3 配对样本 T 检验表

序号	变量	均值		t	p
		重要性	满意度		
A1	餐饮干净卫生	4.83	3.87	21.974	0.00
A2	餐饮有特色	4.75	3.34	26.535	0.00
A3	住宿设施齐全	4.61	3.34	27.38	0.00
A4	住宿环境优美	4.80	3.87	26.13	0.00
A5	民族风情体验	4.65	3.80	15.137	0.00
A6	娱乐活动多样性与特色性	4.81	2.40	47.118	0.00
A7	购物多样性与特色性	4.38	2.67	31.396	0.00
B1	餐饮价格合理	4.81	3.29	28.923	0.00
B2	住宿价格合理	4.82	3.82	26.767	0.00
B3	购物价格合理	4.78	3.09	43.976	0.00
C1	乡村风貌的原真性	4.90	3.08	55.604	0.00
C2	生态环境的优良性	4.95	3.93	33.045	0.00
C3	乡村卫生状况	4.96	3.15	64.267	0.00
D1	旅游从业者的服务水平	4.82	3.07	47.731	0.00
D2	当地村民的态度	4.75	3.76	17.213	0.00
D3	旅游投诉与处理	4.63	3.03	41.013	0.00

E1	交通便利性	4.97	3.97	49.875	0.00
E2	旅游厕所数量	4.95	3.02	106.707	0.00
E3	旅游车位数量	4.85	3.00	73.088	0.00

### 3.5 IPA 模型分析

如图 1 所示,以重要性为水平分割线,以满意度为垂直分割线,分界点是重要性的平均值( $m=4.79$ )和满意度的平均值( $m=3.34$ ),随后将 19 个影响因子的重要性和满意度的均值映射到 IPA 矩阵图中。

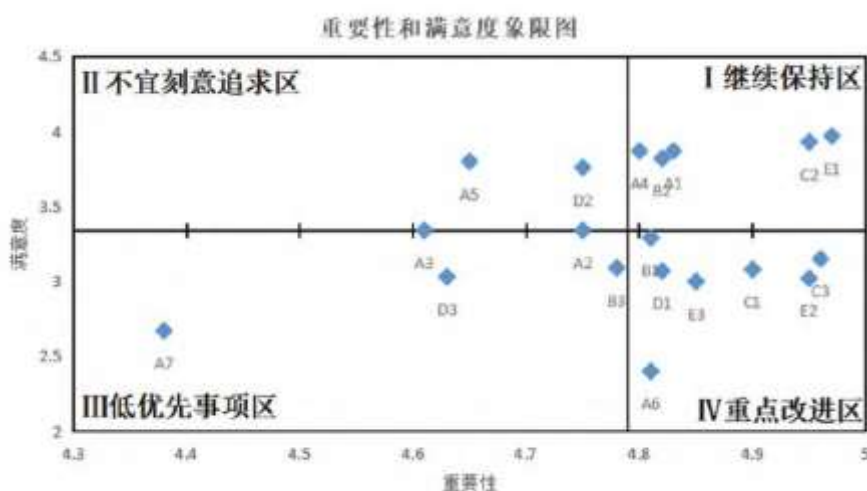


图 1 寨沙侗寨乡村旅游 IPA 模型

第 I 象限(继续保持区):“A1 餐饮干净卫生”“A4 住宿环境优美”“B2 住宿价格合理”“C2 生态环境的优良性”“E1 交通便利性”5 个影响因素落在象限 I 中,为重要性和满意度均较高的区域。

第 II 象限(不宜刻意追求区):“A5 民族风情体验”“D2 当地村民的态度”“A2 餐饮有特色”“A3 住宿设施齐全”4 个影响因素落在象限 II 中,该象限为重要性较低而满意度较高的区域。

第 III 象限(低优先事项区):“A7 购物多样性与特色性”“B3 购物价格合理”“D3 旅游投诉与处理”3 个影响因子落在象限 III 中,该区域为重要性和满意度均较低的区域。

第 IV 象限(重点改进区):“A6 娱乐活动多样性与特色性”“B1 餐饮价格合理”“C1 乡村风貌的原真性”“C3 乡村卫生状况”“D1 旅游从业者的服务水平”“E2 旅游厕所数量”“E3 旅游车位数量”7 个影响因子落在象限 IV 中,为重要性较高而满意度较低的区域。

## 4 结论与建议

根据上述分析可知,旅游者对寨沙侗寨乡村旅游中“娱乐活动多样性与特色性”“餐饮价格合理”“乡村风貌的原真

性”“旅游厕所数量”“旅游车位数量”“乡村卫生状况”“旅游从业者的服务水平”等重视程度很高，这基本符合旅游者对高质量乡村旅游的期待。但经过调查发现，在这些方面的游客满意度相对较低，严重影响了寨沙侗寨乡村旅游的发展质量，亟须改进。基于此，本文认为寨沙侗寨可以从以下几个方面进行改进。

#### 4.1 开发特色乡村旅游产品

如今越来越多的游客追求以多样性、新颖性、参与性为基准的多元化乡村旅游产品，这要求寨沙侗寨要顺应市场发展趋势，围绕侗寨文化，大力开发特色乡村旅游产品。首先，围绕侗族服饰打造体验型旅游产品。既要让游客能够看到侗族服饰外在的美，也要向游客展示侗族服饰的制作工艺及过程，甚至可以将其打造成为民族文化体验产品，让游客参与侗族服饰的制作。既提升游客的体验感，又能让游客感受到侗族服饰文化在寨沙侗寨的魅力。其次，围绕侗寨鼓楼做足文章。鼓楼作为寨沙侗寨最具民族特色的象征以及侗族同胞聚集议事的主要场地，要深入挖掘其中能够吸引游客的文化象征和建筑工艺等，定期开展一些具有仪式感的活动。第三，围绕侗族大歌下功夫。可以打造“乡村音乐吧”让游客在音乐中治愈心情，感受侗歌的魅力，引导村民积极主动地传唱侗族大歌，让寨沙村民的生活中充满侗歌天籁。

#### 4.2 注重乡村风貌原真性

只有保持乡村旅游原真性，才能让游客感受到寨沙侗寨乡村旅游特有的文化底蕴与悠久历史<sup>[10]</sup>。一是挖掘传承乡村文化，拓展提升侗寨乡愁的人文内涵品质，避免千篇一律的同质化现象<sup>[11]</sup>。可考虑融合寨沙寨史建设，将寨沙大事记、优秀乡贤人士、先进事迹、村民用过的旧物等罗列并公示出来，将历史的记忆保留下来。二是对一些农业遗迹、乡村景观、寨沙的鼓楼、风雨桥、寨门等进行合理的维护。三是在为游客提供旅游服务的同时可以免费为游客介绍本寨的侗族文化、历史进程、展现侗族人民日常生活习惯、民风民俗等，打造寨沙侗寨乡村旅游名片，使其能够成为满足游客乡村体验需求且宜业宜居的幸福乡村。

#### 4.3 优化旅游服务设施

乡村旅游发展的前提条件是有相对完善的配套服务设施。建议寨沙侗寨一是合理优化乡村旅游服务设施，为游客营造自然、轻松、自在的乡村休闲氛围，让游客尽情享受、远离喧嚣、亲近自然的舒适环境。二是进行植被绿化、溪流净化、道路亮化、设施优化，将寨沙侗寨乡村旅游向前推进。三是合理规划布局旅游厕所、旅游车位，既要增加数量，也要注重日常管理维护，为游客提供优质的服务设施。

#### 4.4 提升旅游从业人员服务质量

一是应制定科学有针对性的培训计划，每年针对不同岗位从业人员定期举行服务培训，严格进行培训考核。二是构建合理的乡村旅游人力资源管理系统，组建高标准高效率的服务团体。三是特殊项目的从业人员必须持证上岗。四是推出员工服务标准条例，供从业人员自主学习。

#### 参考文献:

[1] 黄文. 乡村旅游: 实施乡村振兴战略的重要途径——以莱芜市为例[J]. 农家参谋, 2018(6): 268, 288.

[2] 马启秀. 中国农村城市化内生式发展研究[D]. 成都: 西南交通大学, 2015.

[3] 廖凯, 徐虹. 基于游客满意度的旅游目的地供应链管理提升对策(上)[N]. 中国旅游报, 2010-06-02(11).

- 
- [4]李甜. 新农村建设背景下乡村旅游市场营销路径浅述[J]. 农村经济与科技, 2020, 31(24): 50-51.
- [5]王世英. 万州区乡村旅游游客满意度调查[D]. 重庆: 重庆三峡学院, 2020.
- [6]李慧, 余明明. 基于 IPA 法的城郊型乡村旅游地游客满意度研究——以合肥市大圩镇为例[J]. 洛阳师范学院学报, 2020, 39(4): 21-25.
- [7]刘锋, 刘韬. 民族村寨旅游扶贫效应体系构建研究——以秀水村、寨沙侗寨、云舍村为例[J]. 安徽农学通报, 2020, 26(16): 16-17, 62.
- [8]MARTILLA J, JAMES J. Importance-Performance Analysis[J]. Journal of marketing, 1977(1):77-79.
- [9]马慧强, 刘玉鑫, 燕明琪, 等. 基于 SEM 与 IPA 模型的旅游公共服务游客满意度研究[J]. 干旱区资源与环境, 2021, 35(6): 192-199.
- [10]杨振彬. 对寨沙侗寨乡村旅游预开发与保护的几点思考[J]. 时代金融, 2017(2): 59, 63.
- [11]姚东升, 邵明. 传统村落保护中乡土风貌原真性与完整性的研究——以淮安市龟山村为例[J]. 建筑与文化, 2020(1): 100-102.