

Analysis of Factors Affecting the Tourist Revisit Destinations

Hongkui Cao, Yue Xue

School of Geographical Environment Science, Shanxi normal University, Linfen Shanxi
Email: 675972570@qq.com

Received: Jul. 14th, 2016; accepted: Aug. 2nd, 2016; published: Aug. 8th, 2016

Copyright © 2016 by authors and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

Abstract

Revisiting plays an important role in promoting the sustainable development of tourist destination and scenic spots. The subject, taking Yuncheng as an example, conducts a serious study on the factors influencing tourist's revisiting destination; through questionnaire and analyzing the data, we can make clear the influence degree of various factors to revisiting. It is concluded that the main factors of influencing the tourists revisiting are the income of the tourists and the ability to pay, travel experiences, the demand of tourists, infrastructure services of tourist destination and the destination's overall image. This will provide reference and basis for government departments and enterprises to develop tourism-related tourism policies, systems and business strategies.

Keywords

Tourists Revisiting, Influence Factor, Yuncheng

浅析旅游者重游旅游目的地的影响因素

曹鸿魁, 薛 玥

山西师范大学地理科学学院, 山西 临汾
Email: 675972570@qq.com

收稿日期: 2016年7月14日; 录用日期: 2016年8月2日; 发布日期: 2016年8月8日

摘 要

重游对旅游目的地和景区的可持续发展发挥着重要作用。本课题以运城市为例, 针对旅游者重游旅游目

的地影响因素进行研究,通过对市民进行实地问卷调查并对数据进行分析,明确了各因素对重游的影响程度,得出影响旅游者重游的主要因素是旅游者的收入及支付能力、之前的旅游经历、旅游者的需求、旅游目的地的基础服务设施和整体形象、旅游资源的质量,这将为政府有关部门和旅游企业制定相关旅游政策、制度和经营策略提供参考和依据。

关键词

旅游者重游,影响因素,运城市

1. 研究综述

我国对重游现象的关注起始于 20 世纪 90 年代,主要集中在重游者比例调查、重游影响因素、重游与游客忠诚的关系等几方面。重游原因主要有三个,一是感知质量和满意程度的影响。翁莉提出可能重游的公式,认为邻近景区的特征是旅游者重游的关键影响因素,同时指出满意度与重游行为的相关性特征[1]。陈钢华、黄远水通过网络调查发现之前游览该地的感知价值、满意度等因素对旅游者重游具有明显的影响,并将重游者分为大众平衡型、满怀期待型、无所谓型 3 类[2]。黄福才、黄颖华通过问卷调查,分析了旅游目的地忠诚和感知价值、旅游质量、满意度之间的关系[3]。张琴通过对韩国游客重游张家界的因子分析,得出旅游成本、旅游景点形象、基础服务和可达性是影响韩国游客重游的主要因素[4]。杨盼等通过分析宜兴市历年国内游客接待人数,认为导游满意度、停留时间、交通方式影响游客的重游[5]。二是旅游者的主观意识。唐德荣用主成分分析得出之前旅游经历、旅游偏好、旅游预期价值是影响乡村旅游者重游的主要因素[6]。黎碧媛以凤凰古城为例,分析了旅游动机与重游意愿之间的关系,发现不同的游客动机与不同时期的重游意愿存在很大的差异[7]。三是旅游者的人口统计特征。尹燕认为旅游者的年龄、家庭月收入对乡村旅游者的重游具有显著影响[8]。

2. 数据来源及研究方法

本研究以运城市市民为研究对象,采用随机抽样实地问卷调查,调查问卷主要包括两部分:第一部分是旅游者的基本信息、第二部分是影响旅游者重游的因素。其中影响旅游者重游的因素包括 20 项指标。问卷采用 5 分制李克特量表,“1”表示非常不重要,“2”表示不重要,“3”表示一般,“4”表示重要,“5”表示非常重要,2015 年 4 月 15~20 日对运城市市民进行随机抽样的问卷调查,共发放问卷 170 份,实际收回 152 份,有效回收率是 89.41%,用 SPSS 对数据进行了统计和分析。

用李克特量表分析数据时,必须衡量数据的可靠性。采用克隆巴哈值(Cronbach's 值)来衡量数据的可靠性。一般认为,克隆巴哈值达到 0.6 以上就可以接受,介于 0.7~0.8 之间表示量表数据的可靠性较高,介于 0.8~0.9 之间表示量表数据的信度非常高。本研究利用 SPSS19.0 统计分许软件进行分析发现量表数据的克隆巴哈值为 0.784,说明所获的数据具有较高的可靠性。

运用 SPSS 软件分别对影响旅游者重游的旅游者因素和旅游目的地因素进行分析,采用正交旋转法对数据进行因子提取进行主成分分析,最后分析出影响旅游者重游的因素。

3. 研究过程及结果

3.1. 样本特征分析

3.1.1. 样本的基本信息分析

本研究所选取的样本的基本信息即社会人口学特征(见表 1),样本的男女性别比例比较均衡,其中女

性所占比例略高, 为 53.95%, 男性为 46.05%; 在年龄分布上, 以 18~30 岁的中青年为主, 占总体样本的 75.66%, 其次是 30~45 岁, 所占比例为 14.47%, 18 岁以下的占 3.95%, 45~55 岁的占 3.29%, 55 岁以上的占 2.63%; 职业构成中, 学生群体所占份额最多、比例最大, 为 56.58%, 其次为公司职员和教育者, 所占比重分别为 9.87% 和 7.24%, 再次为其他、医务人员、公务员、个体户、离退休人员, 所占比重分别为 5.92%、5.26%、3.29%、3.29% 和 3.29%, 其他群体人数较少, 工人、农民、政府工作人员、公司管理层分别占 1.97%、1.97%、0.66%、0.66%; 从文化程度构成来看, 研究生及以上占 3.29%, 大专占 15.13%, 本科占 65.13%, 中专及高中占 8.55%, 高中以下占 7.89%; 个人月收入上, 1000 元以下所占比重最大, 为 52.63%, 1000~1500 元的所占比重为 9.87%, 1500~3000 元所占比重为 24.34%, 3000~4500 元所占比重为 8.55%, 4500 元以上的占 4.61%。

3.1.2. 样本的旅游行为特征分析

(1) 旅游频率

被调查者中(见图 1), 旅游频率为半年一次的旅游者所占比重最大, 有 78 人, 占 51.32%; 其次是旅游频率为一年一次的旅游者, 有 45 人, 占 29.61%; 一月一次的旅游者有 27 人, 占 17.76%; 一周一次的旅游者有 2 人, 占 1.32%。由此可见, 被调查的旅游者中, 大多数人喜欢半年或一年旅行一次, 这与运城市市民的观念、工资水平有关, 相对来说, 运城市居民的观念比较落后, 旅游在生活中的重视程度不是很高, 日常生活大多被工作、家庭所占据, 旅游对其来说可有可无。同时, 绝大多数居民的工资水平大多在 1500~3000 元之间, 工资水平较其他地区来说较低, 在一定程度上限制了旅游者的出游频率。

(2) 出游方式

从调查的情况来看(见图 2), 把与同事朋友结伴旅行作为出游方式的旅游者有 69 人, 占 45.39%; 选择家人陪伴的旅游者有 33 人, 占 21.71%; 选择自驾游的旅游者有 21 人, 占 13.82%; 选择旅行社的旅游者有 8 人, 占 5.26%, 选择单位组织的旅游者有 5 人, 占 3.29%; 选择其他的有 16 人, 占 10.53%。这说明, 旅游者更喜欢与家人朋友一起旅游。究其原因, 是因为相对旅行社或其他来说, 同事、朋友与自己的年龄、观念、兴趣等存在的差异不是很大, 没有代沟, 存在共同话题, 旅游时可能更容易、更轻松愉悦。而与家人旅游, 更注重的是旅游时的氛围, 是一种很好的增进家庭亲人之间情感交流的媒介, 能给以后留下美好的回忆。

(3) 旅游者注重方面

从样本统计的结果看(见图 3), 大多数旅游者在旅游过程中最注重的是娱乐、餐饮、住宿、交通、民俗文化, 所占比重分别为 40.79%、38.82%、36.84%、37.5%、34.87%; 其次是导游、购物和其他, 所占比重分别为 15.79%、7.24%、2.63%。首先, 娱乐、餐饮、住宿、交通都是旅游的基本要素, 而娱乐是旅游者的目的性需求, 是复杂性需求, 餐饮、住宿、交通是旅游者为达到旅游目的所必备的日常生活性质的需求, 是单一性需求, 所以是旅游者所注重的。同时, 由于旅游的本质是求异, 所以当地独具特色的习惯、风俗是旅游者满足其求异心理的一个重要载体, 是旅游者在旅游时所注重的方面。

(4) 重游次数

在旅游者重游次数方面(见图 4), 有 53 人没有重游经历, 占样本总数的 34.87%; 有过一次重游经历的人有 47 人, 占 37.92%; 有过两次重游经历的人有 38 人, 占 25%; 有过两次以上重游经历的人有 14 人, 占 9.21%。由此可见, 大多数旅游者还是有重游经历的。

(5) 重游目的地类型

从获得的样本数据看(见图 5), 大多数人将山水风光和海滨沙滩作为他们下次重游的旅游目的地, 所占比重分别是 71.71% 和 40.79%, 其次是历史古迹、民俗风情和古镇园林, 所占比重分别为 34.87%、26.32% 和 22.37%; 而将革命圣地和宗教圣地作为他们下次旅游目的地的旅游者较少, 所占比重分别为 11.18%

Table 1. Social demographic characteristics of respondent
表 1. 样本的社会人口学特征

题目	选项	人数	百分比(%)
性别	男	70	46.05
	女	82	53.95
年龄	18 岁以下	6	3.95
	18~30 岁	115	75.66
	30~45 岁	22	14.47
	45~55 岁	5	3.29
	55 岁以上	4	2.63
职业	学生	86	56.58
	公务员	5	3.29
	工人	3	1.97
	农民	3	1.97
	教育者	11	7.24
	医务人员	8	5.26
	政府工作人员	1	0.66
	公司管理层	1	0.66
	公司职员	15	9.87
	个体户	5	3.29
	离退休人员	5	3.29
	其他	9	5.92
	文化程度	高中以下	12
中专及高中		13	8.55
大专		23	15.13
本科		99	65.13
研究生及以上		5	3.29
月收入	1000 元以下	80	52.63
	1000~1500 元	15	9.87
	1500~3000 元	37	24.34
	3000~4500 元	13	8.55
	4500 元以上	7	4.61

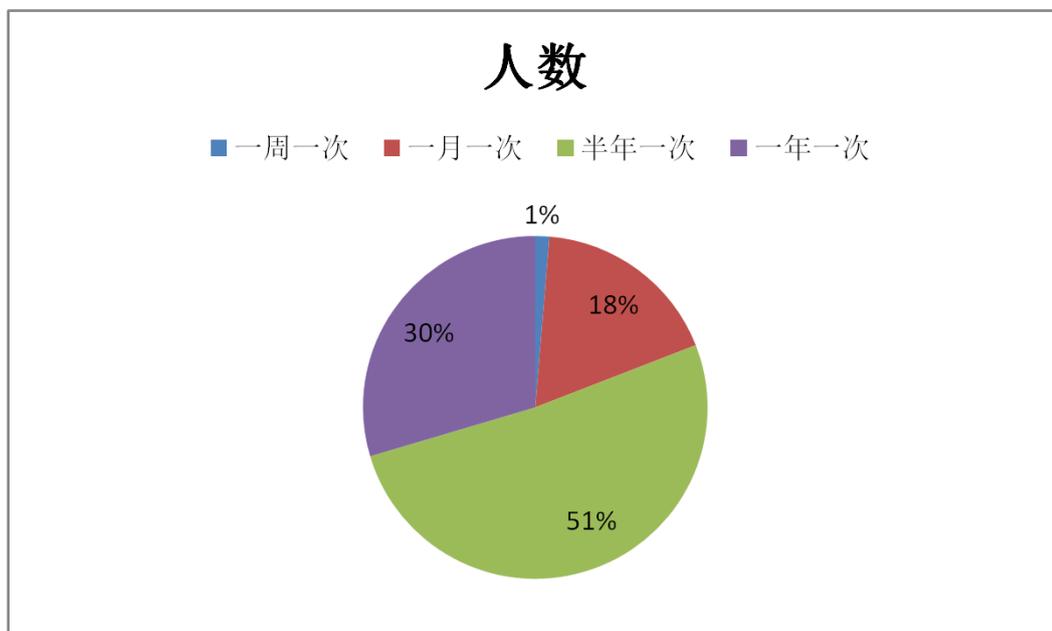


Figure 1. Travel frequency

图 1. 旅游频率

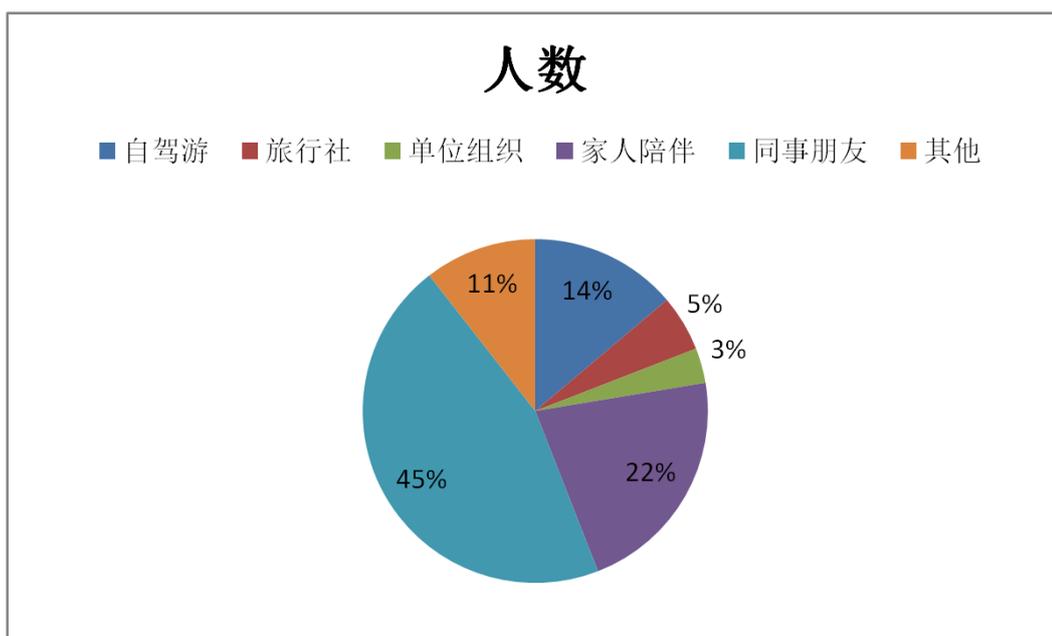


Figure 2. Tourists' travel way

图 2. 旅游者的出游方式

和 5.26%。究其原因，是因为游览山水风光能满足旅游者欣赏风景名胜，自然奇观，体验他乡别样的风情，开阔眼界的需求，而海滨沙滩能满足旅游者娱乐休闲，其目的调解生活节奏，寻求消遣、休息和放松，增进身心健康的需求，在这里旅游者不仅能领略到阳光、沙滩、海水，还能体验到独特的南国风情。

综上所述，运城市旅游者的旅游行为特征中，旅游频率方面，大多数为半年一次或一年一次。出游方式方面，绝大多数选择与同事朋友结伴，其次是与家人结伴同行。旅游中最注重的方面是娱、食宿、

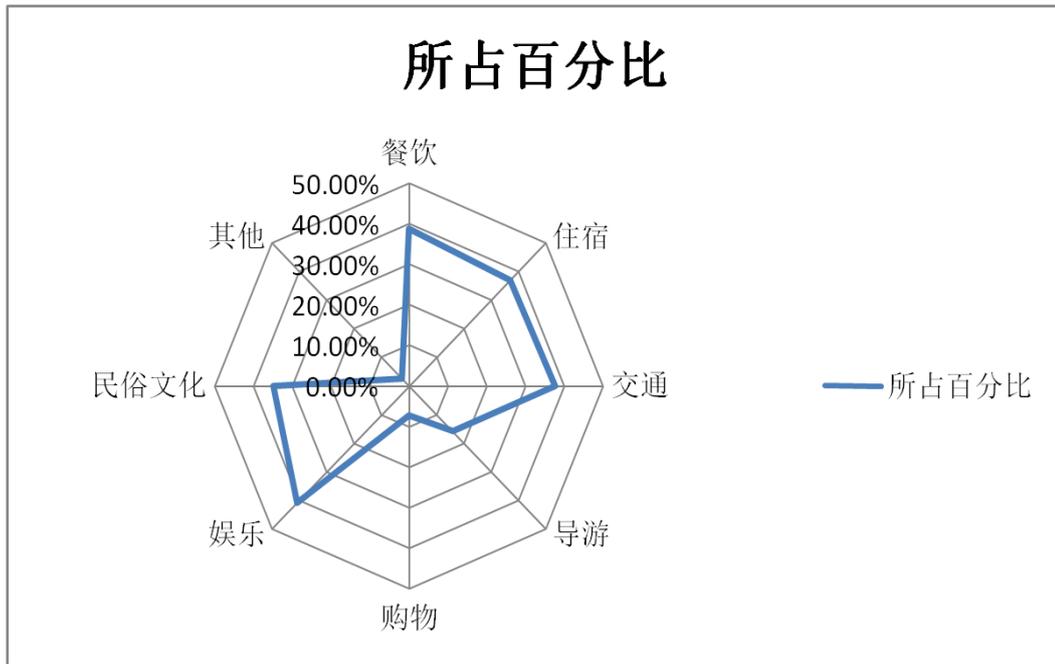


Figure 3. Aspects tourists pay attention to
图 3. 旅游者注重方面

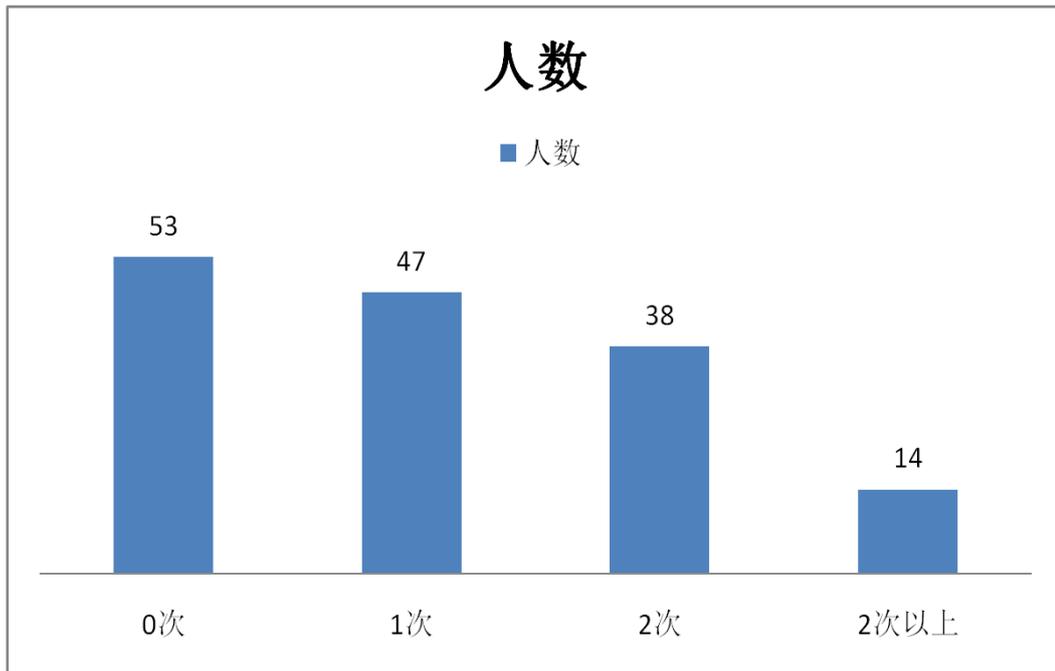


Figure 4. Revisit times
图 4. 重游次数

交通、民俗文化。重游意愿和重游次数方面，有将近一般的调查者有重游意愿，有 66% 的调查者有重游经历，说明重游市场的潜力很大。重游目的地类型方面，大多数人将山水风光和海滨沙滩作为其重游的旅游目的地。

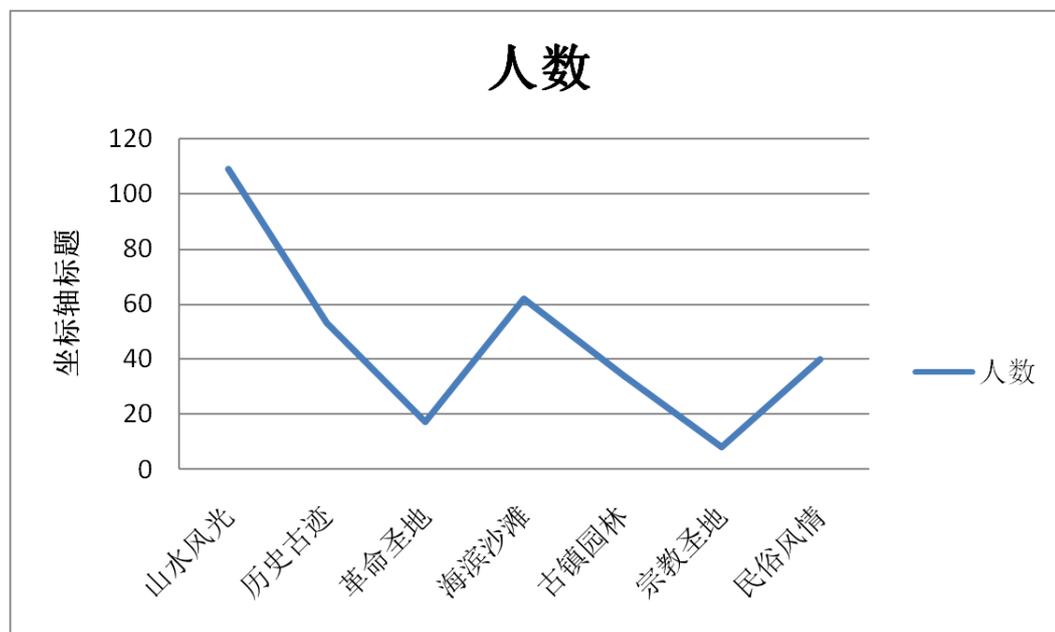


Figure 5. Revisit destination's type
图 5. 重游目的地类型

3.2. 影响运城市旅游者重游的影响因素分析

3.2.1. 旅游者因素对旅游者重游的影响分析

采用正交旋转法对数据进行因子提取(见表 2), 提取的 3 个因子的累积解释的总方差为 65.097%, 说明这三个因子是影响运城市旅游者重游旅游目的地的主要影响因素。分析过程如下:

(1) 第一主成分与前次旅游的感受、前次旅游的性价比评价呈现出较强的正相关, 这两方面综合反映了旅游者前次的旅游感受, 因此可以认为第一主成分是旅游者之前的旅游经历。

(2) 第二主成分与旅游者的时间、收入及支付能力呈现出较强的正相关, 这两方面反映了旅游者的成本, 因此可以认为第二主成分代表了旅游者的旅游成本。

(3) 第三主成分与旅游者对个人情感的需求、对体验民俗文化的需求、游览历史古迹的需求、欣赏自然风光的需求呈现较强的正相关, 而与旅游者前次旅游的感受和性价比呈现较强的负相关, 而这两方面综合反映了旅游者的前次游历感受, 因此第三主成分是旅游者的个性需求。

3.2.2. 旅游目的地因素对旅游者重游的影响分析

采用正交旋转法对样本数据进行因子提取(见表 3), 提取的 4 个因子的累积解释的总方差为 64.512%, 说明该因子是影响运城市旅游者重游旅游目的地的主要影响因素。分析过程如下:

(1) 第一主成分与旅游目的地的生态环境、气候、居民对游客的态度、社会治安环境、文化氛围、民俗文化呈现出较强的正相关, 而这几个变量则综合反映了旅游目的地的基本情况, 因此可以认为第一主成分是旅游目的地的整体形象。

(2) 第二主成分与旅游目的地的吃、住、行、购、娱、导游服务呈现出较强的正相关, 而这六个变量都反映了旅游目的地的基础服务设施, 因此可以认为第二主成分代表了旅游目的地的基础服务设施。

(3) 第三主成分与旅游资源的独特性呈现出较强的正相关, 而与旅游目的地的饮食、住宿、导游服务呈现较强的负相关, 由于后三者反映的是旅游目的地的基础服务, 因此第三主成分是旅游资源的质量。

(4) 第四主成分与旅游目的地的食住行呈现较强的负相关, 与旅游目的地的购娱导游呈现较强的正相

Table 2. Ingredient matrix

表 2. 成分矩阵

	成分		
	1	2	3
旅游者的时间	0.042	0.821	0.223
收入及支付能力	0.046	0.843	-0.014
前次旅游的感受	0.755	0.027	-0.544
前次旅游的性价比评价	0.760	0.068	-0.531
满足个人情感的需求情况	0.411	0.304	0.206
满足体验民俗文化的需求	0.614	-0.207	0.538
满足游览历史古迹的需求	0.704	-0.151	0.360
满足欣赏自然风光的需求	0.558	-0.068	0.247

Table 3. Ingredient matrix

表 3. 成分矩阵

	成分			
	1	2	3	4
目的地的生态环境状况	0.611	-0.372	0.343	-0.018
目的地的气候状况	0.653	-0.388	0.037	0.124
当地居民对游客的态度	0.756	-0.107	-0.194	0.188
目的地的饮食服务	0.504	0.369	-0.432	-0.199
目的地的住宿服务	0.551	0.317	-0.450	-0.285
目的地的交通条件	0.367	0.487	0.111	-0.597
旅游资源的独特性	0.471	0.271	0.598	-0.195
目的地的购物产品	0.370	0.561	0.018	0.583
目的地的娱乐设施	0.314	0.668	0.244	0.365
目的地的导游服务	0.516	-0.182	-0.354	0.176
目的地的社会治安环境	0.554	-0.507	-0.108	-0.016
目的地的文化氛围	0.614	-0.241	0.350	-0.092

关, 因此可以认为第四主成分代表了旅游景区的接待服务。

4. 结果分析

综上所述, 在旅游者方面, 影响因素主要是之前的旅游经历、旅游成本和旅游者的个性需求。主要原因是因为时间和收入是旅游者旅游的前提, 当旅游者的收入及支付能力增强时, 旅游者可能会放弃部分工作而选择休闲度假, 使得游客愿意选择重游。之前的旅游经历是旅游者对旅游目的地的综合评价, 当旅游者对之前的旅游满意或有良好的印象时, 旅游者会选择再次光临此旅游目的地, 感受当时的氛围。不同的个性需求如因陪亲戚朋友的需要、感受当地独特的民俗文化、欣赏独特的建筑风格等而选择重游旅游目的地。

在旅游目的地方面, 影响因素主要是目的地的整体形象、基础服务设施、旅游资源的质量。旅游资源的独特性是吸引游客重游的关键, 当景区的资源与其他景区的资源雷同, 游客就会放弃此次重游而选择其他有代表性的景点。而形象和基础服务设施是目的地的明信片, 当游客对该地的整体形象和基础服务设施印象不好时, 旅游者就会放弃重游而选择别的旅游目的地。

参考文献 (References)

- [1] 翁莉. 上海城郊景区旅游者重游行为分析[J]. 旅游科学, 2005, 19(2): 33-37.
- [2] 陈钢华, 黄远水. 旅游者重游动机实证研究——基于网络文本分析与在线调查的视角[J]. 北京第二外国语学院学报(旅游版), 2008(1): 1-6.
- [3] 黄福才, 黄颖华. 旅游者目的地忠诚驱动因素研究——以内地居民“香港游”为例[J]. 旅游科学, 2007, 21(3): 72-78.
- [4] 张琴. 韩国游客重游影响因素的方差分析——以张家界为例[J]. 商业经济, 2009(4): 103-104.
- [5] 杨昉, 张捷, 赵宁曦. 旅游地游客游憩体验与重游意愿作用机制研究——以宜兴为例[J]. 旅游学刊, 2008(5): 42-48.
- [6] 唐德荣, 杨锦秀, 刘艺梅. 乡村旅游者重游决策影响因素实证研究——基于重庆 510 位城市游客的调查数据[J]. 农业技术经济, 2010(7): 78-82.
- [7] 黎碧媛. 基于游客动机的旅游者重游意愿研究[D]: [硕士学位论文]. 长沙: 湖南师范大学, 2012.
- [8] 尹燕, 周恒. 不同乡村旅游地游客重游意愿的影响因素实证研究——基于江苏省苏南地区[J]. 旅游科学, 2013(6): 83-91.

期刊投稿者将享受如下服务:

1. 投稿前咨询服务 (QQ、微信、邮箱皆可)
2. 为您匹配最合适的期刊
3. 24 小时以内解答您的所有疑问
4. 友好的在线投稿界面
5. 专业的同行评审
6. 知网检索
7. 全网络覆盖式推广您的研究

投稿请点击: <http://www.hanspub.org/Submission.aspx>