

DOI:10.3969/j.issn.1003-0972.2017.03.012

河南省乡村旅游游客满意度及其与游后行为意向关系研究

张欢欢*

(信阳农林学院 旅游管理学院,河南 信阳 464000)

摘要:选取河南省洛阳重渡沟村、焦作岸上村、新乡郭亮村、信阳郝堂村等4个具有代表性乡村旅游景区(点)为研究对象,通过问卷调查获取数据,采用因子分析法构建乡村旅游游客感知价值维度,并通过结构方程模型对游客感知价值维度与游客满意度、游后行为意向之间的关系进行探索研究。结果表明:乡村旅游游客感知价值包括乡村美食与特产、乡村休闲旅游项目、乡村环境与服务设施、乡村基础设施、乡村景观5个维度;乡村环境与服务设施和乡村基础设施对游客满意度和游后行为意向具有显著正向影响,乡村美食与特产、乡村休闲旅游项目对游客满意度和游后行为意向有影响但不显著,乡村景观与游客满意度和游后行为意向则呈负相关关系。在讨论的基础上为河南省乡村旅游提出发展建议。

关键词:乡村旅游;游客感知价值;满意度;游后行为意向

中图分类号:F592.99 **文献标志码:**A **文章编号:**1003-0972(2017)03-0402-05

The Relationship Between the Tourist Satisfaction and Behavioral Intention for Rural Tourism in Henan Province

ZHANG Huanhuan*

(College of Tourism Management, Xinyang Agriculture and Forestry University, Xinyang 464000, China)

Abstract: Taking Chongdugou Village in Luoyang, Anshang Village in Jiaozuo, Guoliang Village in Xinxiang, Haotang Village in Xinyang, as examples, through questionnaire survey to get the data, the factor analysis was applied to structure the dimensions of tourists' perception and a structural equation model was constructed to explore the relationship between the dimensions of tourists' perception value, tourists' satisfaction and behavioral intention. Firstly, the tourists' perception value for rural tourism included five measurement dimensions: rural food and specialty, rural leisure tourism project, rural environment and service facilities, rural infrastructure and rural landscape. Secondly, the rural environment and service facilities, as well as rural infrastructure had a significantly positive influence on the tourists' satisfaction and behavioral intention, while the influence of rural food and specialty, Rural leisure tourism project were not significant. At the same time, the rural landscape was negatively correlated with the tourists' satisfaction and behavioral intention. On the basis of the discussion, some proposals for scenic spot of rural tourism in Henan province were put forward.

Key words: rural tourism; tourists perception value; satisfaction; behavioral intention

0 引言

乡村旅游是指在乡村地区开展的以乡村田园风光、农事生产活动、农家生活体验和乡村民俗文化为依托,以城市居民为主要客源市场,集观光、休闲、娱乐、度假、体验、考察于一体的旅游活动^[1]。近年来乡村旅游在我国发展迅速,成为重要的旅游形式。乡村旅游研究也受到国内学者的关注,游客满意度研究是热点之一。国内关于乡村旅游游客

满意度的研究以量化分析和实证研究为主,如李秋云采用多元回归分析法对威海市河口胶东渔村游客满意度进行分析,指出游客满意度与旅游消费之间呈显著负相关关系^[2];张春琳通过因子分析法指出饮食环境、民族特色、风土气候、休闲娱乐、安全管理等因素影响贵州西江千户苗寨游客满意度^[3];李琳在对北京、长沙、贵阳三个城市乡村游客的基本特征、出游特征和整体满意度比较分析的基础

收稿日期:2016-09-15;修订日期:2016-12-16;*.通信联系人,E-mail: zhanghuanhuan2005@163.com

基金项目:国家科技支撑计划项目(2015BAH28F04);河南省教育厅人文社会科学研究项目(2017-ZZJH-442);2017年信阳农林学院科技创新团队资助项目

作者简介:张欢欢(1983—),女,河南济源人,讲师,硕士,主要研究方向为旅游资源与旅游市场开发。

上,揭示了我国乡村旅游游客满意度的区域化差异特征^[4];林丹采用因子和单因素方差分析得出乡村美食与特产、环境与设施、交通与解说系统、乡村旅游活动与特色、服务质量等因素影响福建白沙湾生态农庄游客满意度^[5];赵宇雯以陕西户县东韩村为例,构建模糊综合评价数学模型进行满意度评价,并与同类乡村进行横向比较,为乡村旅游规划提供借鉴^[6]。此外,还有学者从提高游客满意度角度出发,对乡村旅游服务质量的提升^[7]、解说系统的优化^[8]和营销策略的改进^[9]进行研究。

本文在前人研究的基础上,选取河南洛阳重渡沟村、焦作岸上村、新乡郭亮村、信阳郝堂村等4个代表性乡村景区(点)为研究对象,以游客为中心采用因子分析法构建乡村旅游游客感知价值维度,并通过结构方程模型对游客感知价值维度与游客满意度、游后行为意向之间的关系进行深入研究,以期丰富河南乡村旅游研究成果,并对河南乡村旅游的进一步发展提供借鉴与参考。

1 研究对象与数据来源

1.1 研究对象

河南省是传统的农业大省,70%的单体旅游资源集中在乡村,乡村旅游资源丰富。近年来,河南省委省政府十分重视乡村旅游和旅游扶贫工作,先后出台《关于加快发展乡村旅游意见》《河南省乡村旅游发展规划》等文件,启动乡村旅游扶贫三年计划,实施“百村万户旅游富民工程”和“双百千万乡村旅游扶贫工程”,从政策上引领和推动乡村旅游发展。洛阳栾川县、焦作岸上村、新乡郭亮村、信阳郝堂村等已成为国内知名乡村旅游目的地^[10]。重渡沟村的“以旅助农、以旅促农、以旅富农”乡村旅游发展模式,成为享誉全国的“重渡沟现象”。乡村旅游已成为河南旅游的重要支撑产业,已成为河南经济发展和美丽乡村建设的重要抓手。但在河南乡村旅游发展过程中,仍存在旅游项目重复建设、旅游产品创新不足和体验性较差、基础设施不完善、服务水平不高等问题。为进一步发现河南乡村旅游发展的问题,本文选取河南省洛阳重渡沟村、焦作岸上村、新乡郭亮村、信阳郝堂村等4个代表性乡村旅游景区(点)进行研究。

1.2 数据来源

采用问卷调查方法收集数据资料。依据调查目的,问卷内容包括三部分:第一部分是游客基本信息;第二部分是游客感知价值、游客满意度、游后行为意向评价量表,量表均采用李克特5级量表,

其中感知价值量表共设计24个题项;游客满意度量表设计2个题项,分别为游客对景区(点)的喜欢程度、认为是否值得来旅游;游后行为意向量表设计2个题项,分别为游客重游、向亲朋好友推荐的可能性;第三部分是关于提高游客满意度的开放式问题,询问游客对河南乡村旅游发展的意见和建议。问卷调查于2016年7—8月进行,调查人员采用等距离抽样法对景区(点)的散客及团队游客进行调查,共发放问卷500份,回收有效问卷448份,问卷有效率为89.6%。

1.3 样本人口统计特征

从样本基本信息看(表1),被调查样本的性别比例差别不大,年龄主要集中于18~45岁的中青年群体,以大专和本科学历居多。近一半样本的家庭月收入集中于4001~8000元,职业以政府和企事业单位工作人员为主。73.2%的被调查样本来自河南省内,省外游客主要来自于北京、陕西、山东、河北、湖北、安徽等附近省市。

表1 样本人口统计特征($n=448$)

Tab. 1 Demographic profile of sample($n=448$)

| 样本人口统计学特征 | | 比例/% |
|-----------|--------------|------|
| 性别 | 男性 | 48.7 |
| | 女性 | 51.3 |
| 年龄 | 18岁以下 | 9.8 |
| | 18~25岁 | 23.9 |
| | 26~35岁 | 31.5 |
| | 36~45岁 | 19.6 |
| | 46~60岁 | 13.6 |
| | 60岁以上 | 1.6 |
| 学历 | 初中及以下 | 9.7 |
| | 高中 | 23.4 |
| | 大专及本科 | 62.3 |
| | 硕士及以上 | 4.6 |
| 客源地 | 省内 | 73.2 |
| | 省外 | 26.8 |
| 家庭月收入 | 2001~4000元 | 39.2 |
| | 4001~8000元 | 50.9 |
| | 8001~10000元 | 5.3 |
| | 10001~20000元 | 2.9 |
| | 20000元以上 | 1.7 |
| 职业 | 政府工作人员 | 27.8 |
| | 企事业单位工作人员 | 30.4 |
| | 学生 | 20.7 |
| | 其他 | 20.1 |

2 研究结果

2.1 游客感知维度的探索性因子分析

通过SPSS19.0统计分析软件,对游客感知量表进行因子分析,探寻游客感知价值构成维度(表2)。量表的KMO检验值为0.907,大于0.8,说明问卷调查结果非常适合做因子分析。Bartlett的球形检验值为3113.465,在自由度为253的条件下和0.000水平上达到显著水平,说明原始变量的相关

矩阵之间存在公因子,适合作因子分析. 分析结果显示,各评价指标的因子载荷在 0.523~0.819 之间,均大于 0.5. 经过方差最大化旋转后,提取 5 个公因子,共解释 67.084%的总方差. 根据各测量指标在公因子上的载荷,将 5 个公因子依次命名为“乡村美食与特产”“乡村体验旅游项目”“乡村环境与服务设施”“乡村基础设施”“乡村景观”,方差贡献率依次为 42.436%、8.062%、6.958%、5.020%、4.607%. 采用 Cranach 的 α 系数进行可靠性检验,总量表的 Cranach's α 值为 0.937,5 个公因子的 Cranach's α 值依次为 0.881、0.891、0.844、0.819 和 0.752,说明问卷数据可靠性较高.

表 2 游客感知维度探索性因子分析表

Tab. 2 Results for exploratory factor analysis for tourist perception

| 公因子 | 测量指标 | 旋转后因子载荷 | 特征值 | 方差贡献率/% | 累计方差贡献率/% | 均值 |
|-----------|------------|---------|-------|---------|-----------|-------|
| 乡村美食与特产 | 餐饮价格 | 0.737 | 9.760 | 42.436 | 42.436 | 3.554 |
| | 旅游商品价 | 0.711 | | | | |
| | 当地居民对游客态度 | 0.692 | | | | |
| | 餐饮农家特色 | 0.648 | | | | |
| | 工作人员服务态度 | 0.612 | | | | |
| | 旅游商品多样化 | 0.577 | | | | |
| 乡村休闲旅游项目 | 旅游商品本土性 | 0.564 | 1.854 | 8.062 | 50.499 | 3.382 |
| | 休闲旅游项目的丰富性 | 0.819 | | | | |
| | 休闲旅游项目的参与性 | 0.774 | | | | |
| | 休闲旅游项目的乡野性 | 0.733 | | | | |
| | 休闲旅游项目的价格 | 0.544 | | | | |
| 乡村环境与服务设施 | 洗手间气味、卫生 | 0.776 | 1.600 | 6.958 | 57.457 | 3.208 |
| | 垃圾箱便于找到 | 0.761 | | | | |
| | 休憩区空间布局合理性 | 0.753 | | | | |
| | 整体环境卫生状况 | 0.697 | | | | |
| | 休憩座位充裕 | 0.607 | | | | |
| 乡村基础设施 | 停车场进出便捷程度 | 0.803 | 1.155 | 5.020 | 62.477 | 3.180 |
| | 停车位数量 | 0.743 | | | | |
| | 进入景区的交通 | 0.608 | | | | |
| | 路标和解说牌清晰度 | 0.579 | | | | |
| 乡村景观 | 山水自然与田园风光 | 0.597 | 1.060 | 4.607 | 67.084 | 3.820 |
| 村落和居民建筑风格 | 0.523 | | | | | |

从 5 个公因子的平均值来看,“乡村景观”得分最高(3.820),说明重渡沟村的竹海清流、岸上村群山环抱中的秀丽景色和青砖灰瓦的中原民居建筑风格、郭亮村的峭壁长廊和依山而建的房屋、郝堂依山傍水的自然特色和原生态的豫南民居均给游客留下十分深刻的印象. 其次得分较高的是“乡村美食与特产”(3.554),表明重渡沟的豫西特色菜、岸上村的铁棍山药和山药酥、郭亮村的中原农家土菜、郝堂村独具豫南特色的信阳菜及各景区特殊的气候条件造就的经济作物和农产品基本能够满足游客的求新、求奇的需求. “乡村休闲旅游项目”(3.382)、“乡村环境与服务设施”(3.208)、“乡村基础设施”(3.18)的得分较低,在与游客访谈的过程中,进入景区(点)的路况太差、没有公共交通、停车

场管理不规范、旅游导览图较少、垃圾箱太少、厕所太少、休闲旅游项目少等问题被游客多次提及,这也是造成游客感知水平不高的原因.

2.2 游客感知维度的验证性因子分析

为了验证探索性因子分析中得到的感知价值维度模型,应用 AMOS21.0 对感知价值维度测量模型进行验证性因子分析,结果见表 3.

表 3 游客感知维度验证性因子分析表

Tab. 3 Results for confirmation factor analysis for tourist perception

| 潜在变量 | 测量指标 | 标准化因子载荷 | 组合信度 | 平均方差提取值 |
|-----------------|----------------------|---------|-------|---------|
| 乡村美食与特产 F_1 | 餐饮价格 X_1 | 0.616 | 0.885 | 0.527 |
| | 旅游商品价格 X_2 | 0.779 | | |
| | 当地居民对游客态度 X_3 | 0.712 | | |
| | 餐饮农家特色 X_4 | 0.673 | | |
| | 工作人员服务态度 X_5 | 0.692 | | |
| | 旅游商品多样化 X_6 | 0.838 | | |
| | 旅游商品本土性 X_7 | 0.747 | | |
| 乡村休闲旅游项目 F_2 | 休闲旅游项目的丰富性 X_8 | 0.854 | 0.899 | 0.694 |
| | 休闲旅游项目的参与性 X_9 | 0.920 | | |
| | 休闲旅游项目的乡野性 X_{10} | 0.861 | | |
| | 休闲旅游项目的价格 X_{11} | 0.676 | | |
| 乡村环境与服务设施 F_3 | 洗手间气味、卫生 X_{12} | 0.781 | 0.828 | 0.493 |
| | 垃圾箱便于找到 X_{13} | 0.722 | | |
| | 休憩区域空间布局合理性 X_{14} | 0.655 | | |
| | 整体环境卫生状况 X_{15} | 0.762 | | |
| | 休憩座位充裕 X_{16} | 0.569 | | |
| 乡村基础设施 F_4 | 停车场进出便捷程度 X_{17} | 0.749 | 0.812 | 0.521 |
| | 停车位数量 X_{18} | 0.650 | | |
| | 进入景区的交通 X_{19} | 0.803 | | |
| | 路标和解说牌清晰度 X_{20} | 0.675 | | |
| 乡村景观 F_5 | 山水自然与田园风光 X_{22} | 0.848 | 0.754 | 0.607 |
| | 村落和居民建筑风格 X_{23} | 0.704 | | |

由表 3 可知,“Wi-Fi、移动信号的方便性”这一测量指标因标准化因子载荷系数较小而被删除,其他测量指标的标准化因子载荷在 0.568~0.920 之间,且 $P < 0.001$,说明测量模型基本适配度良好. 潜在变量的组合信度(CR)在 0.754~0.899 之间,均大于 0.7,说明潜在变量建构信度很好. 对于潜在变量的平均方差提取值(AVE),除“乡村环境与服务设施”略低于 0.5 外,其余潜在变量均大于 0.5,潜在变量收敛效度良好. 从感知价值维度的拟合度指数来看,绝对适配指数 $RMR = 0.034$, $RMSEA = 0.020$,均小于 0.05, $GFI = 0.935$, $AGFI = 0.900$,均大于 0.9;增值适配指数 $NFI = 0.943$, $RFI = 0.920$, $IFI = 0.995$, $TLI = 0.993$, $CFI = 0.995$,均大于 0.9;简约适配指数 $PGFI = 0.610$, $PNFI = 0.673$, $PCFI = 0.711$,均大于 0.5, $CN = 243$,大于 200,卡方自由度比 $CMIN/DF = 1.091$,小于 2.000, $AIC = 356.082$, $CAIC = 744.307$,均小于独立模型值和饱和模型值. 适配指标均达到检验标准,模型拟合度良好.

符号说明:RMR为残差均方和平方根;RMSEA为渐进残差均方和平方根;GFI为适配度指数;AGFI为调整后适配度指数;NFI为规准适配指数;RFI为相对适配指数;IFI为增值适配指数;TLI为非规准适配指数;CFI为比较适配指数;PGFI为简约适配度指数;PNFI为规准适配指数;PCFI为简约调整适配指数;CN为临界样本数;CMIN/DF为卡方自由度比值;AIC为赤池信息效标;CAIC为调整后的赤池信息效标。

2.3 游客感知-满意度结构方程模型

为进一步分析游客感知价值维度与游客满意度、游后行为意向之间的关系,在验证性因子分析的基础上,采用AMOS21.0构建结构方程模型,并提出如下假设:H₁为乡村美食与特产显著正向影响游客满意度;H₂为乡村休闲旅游项目显著正向影响游客满意度;H₃为乡村环境与服务设施显著正向影响游客满意度;H₄为乡村基础设施显著正向影响游客满意度;H₅为乡村景观显著正向影响游客满意度;H₆为游客满意度显著正向影响游后行为意向。

表4 假设检验结果

Tab. 4 Summary of hypothesis testing results

| 假设 | 变量关系 | 标准化路径系数 | 组合信度 | 检验结果 |
|----------------|-----------------|---------|--------|------|
| H ₁ | 游客满意度—乡村美食与特产 | 0.349 | 1.945 | 不支持 |
| H ₂ | 游客满意度—乡村休闲旅游项目 | 0.060 | 0.523 | 不支持 |
| H ₃ | 游客满意度—乡村环境与服务设施 | 0.309 | 3.226 | 支持 |
| H ₄ | 游客满意度—乡村基础设施 | 0.316 | 2.691 | 支持 |
| H ₅ | 游客满意度—乡村景观 | -0.192 | -1.186 | 不支持 |
| H ₆ | 游后行为意向—游客满意度 | 0.851 | 7.721 | 支持 |

分析显示,结构方程模型的拟合指数,卡方自由度比 $CMIN/DF = 0.966 < 2.000$, $CN = 267 > 200$, $RMSEA = 0.000 < 0.050$, $GFI = 0.930$, $AGFI = 0.901$, $NFI = 0.939$, $RFI = 0.918$, $IFI = 1.002$, $TLI = 1.003$, $CFI = 1.000$,均大于0.9均达模型适配标准,AIC、BCC、BIC、CAIC、ECVI值均小于独立模型和饱和模型数值,整体模型适配度良好。模型检验结果显示(表4),感知价值的5个维度乡村美食与特产、乡村休闲旅游项目、乡村环境与服务设施、乡村基础设施、乡村景观对游客满意度的标准化路径系数分别0.349、0.060、0.309、0.316、-0.192,游客满意度对游后行为意向的标准化路径系数为0.851,且H₃、H₄、H₆的CR值均大于1.96,因此H₃、H₄、H₆通过假设检验,H₁、H₂、H₅未通过假设检验。根据表3的标准化路径系数值,可进一步计算感知价值的5个维度对游后行为意

向的间接效应^[11],乡村美食与特产、乡村休闲旅游项目、乡村环境与服务设施、乡村基础设施、乡村景观对游后行为意向的间接效应依次为0.297、0.051、0.263、0.269、-0.163。

3 讨论

乡村美食与特产、乡村休闲旅游项目、乡村环境与服务设施、乡村基础设施、乡村景观构成乡村旅游游客感知价值维度。结构方程模型分析结果显示,乡村旅游游客感知价值维度影响游客满意度和游后行为意向,但并非所有因子都对游客满意度和游后行为意向有显著影响。

乡村环境与服务设施、乡村基础设施对游客满意度具有直接显著正向影响,同时通过游客满意度间接正向影响游后行为意向,乡村环境与服务设施的影响力大于乡村基础设施。这说明城市居民的旅游目的地虽然转移到了乡村,但对景区的整体环境状况和卫生条件仍尤为关注,垃圾箱、洗手间、休憩设施的合理配置以及为游客创造整洁、卫生、舒适的旅游环境对提高游客满意度、重游率和推荐率有至关重要的作用,同时完善的旅游基础设施也是乡村旅游持续发展的动力。

乡村美食与特产、乡村休闲旅游项目对游客满意度和游后行为意向有影响但不显著,而传统意义上的核心吸引物——乡村景观与游客满意度和游后行为意向则呈负相关关系。这说明乡村旅游不同于传统的旅游活动,城市居民对乡村生活充满好奇,更注重乡村旅游活动的体验性,既期望以合理的价格吃到特色的乡土饮食、购买到品种丰富的乡村土特产,又渴望参加丰富多彩、乡野气息浓厚的乡村休闲旅游项目,加强对地方餐饮文化的挖掘、将乡村土特产开发成丰富多样旅游商品,设计众多参与性强且具有乡野特色的休闲旅游项目,有利于提高乡村旅游景区的核心竞争力。

4 建议

为提高河南省乡村旅游景区的游客满意度和重游率,提出以下建议:首先,为游客创建整洁、卫生、舒适的旅游环境。乡村旅游景区经营者应根据景区面积大小,合理配置垃圾箱、洗手间、公共休憩设施等相关服务设施,最大限度满足游客游览、休憩需求。同时,成立卫生督导小组或卫生管理小组,不断加强对游客、村民及乡村经营者的环保宣传、培训和管理,引导其科学、合理处理游览、生活和经营垃圾,使乡村旅游环境与乡村的绿水青山真正融为一体。其次,加强乡村旅游景区道路交通和

游览指引设施建设。在机场、火车站、高速出口等交通枢纽处设置交通标示,引导游客进入景区;加强景区所依托的中心城市至景区的道路交通建设,提高游客的可进入性;构建乡村旅游景区的旅游公交系统,将景区与中心城市、知名景点联为一体,为游客出行提供便利。最后,乡村美食与特产、乡村休闲旅游项目虽对游客满意度、游后行为意向影响不明显,但这些因素是乡村旅游赖以发展的基础,不容忽视,因此应不断挖掘乡村文化内涵,构建立体化、多元化的旅游产品体系,包括深入研究乡村饮食文化特色,开发特色菜肴;对乡村的传统艺术品、手工艺品、农产品进行包装宣传,拓展农副产品销售渠道和增值链条;根据乡村农事活动特点、风土人情及民族文化特色,将乡村旅游与农业科技、体育健身、艺术等融合在一起,发展差异化的乡村

旅游新业态,提高游客的参与性与体验性。

5 结论

选取河南省洛阳重渡沟村、焦作岸上村、新乡郭亮村、信阳郝堂村等4个代表性乡村景区(点)为研究对象,结果表明:乡村环境与服务设施、乡村基础设施对游客满意度和游后行为意向具有显著正向影响,乡村环境与服务设施的影响力大于乡村基础设施;乡村美食与特产、乡村休闲旅游项目对游客满意度和游后行为意向的有影响但不显著,乡村美食与特产的影响力大于乡村休闲旅游项目;乡村景观与游客满意度和游后行为意向则呈负相关关系。因此,为游客创造整洁、卫生、舒适的旅游环境是游客满意度、重游率和推荐率提高的关键,在此基础上完善旅游基础设施是游客满意度、重游率和推荐率提高的保障。

- 参考文献:
- [1] 林刚,石培基.关于乡村旅游概念的认识:基于对20个乡村旅游概念的定量分析[J].开发研究,2006,127(6):72-74.
LIN Gang, SHI Peiji. Concerning about the concept of rural tourism:Based on the quantitative analysis of 20 concepts of rural tourism [J]. Research on Development, 2006, 127(6): 72-74.
 - [2] 李秋云,韩国圣.基于游客满意度提高乡村旅游经济效益的研究:以威海市河口胶东渔村为例[J].资源开发与市场,2011,27(12):1125-1127,1067.
LI Qiuyun, HAN Guosheng. Research on economic efficiency improvement of rural tourism based on tourist satisfaction:Taking hekou jiaodong fishing village of weihai as an example[J]. Resource Development & Market, 2011, 27(12): 1125-1127, 1067.
 - [3] 张春琳.乡村旅游游客满意度及再次游览意向影响因素研究:来自贵州省西江千户苗寨的经验数据[J].农业经济问题,2012(1):60-66.
ZHANG Chunlin. Research on the influence factors of visitor's satisfaction and the intention to visit again for the rural tourism:Empirical evidence from Qianhu Miao ethnic village in Xijiang, Guizhou Province [J]. Issues in Agricultural Economy, 2012(1): 60-66.
 - [4] 李琳,徐洁.我国乡村旅游游客满意度区域差异特征比较研究[J].求索,2013(4):259-261.
LI Lin, XU Jie. A comparative study on regional difference of tourist satisfaction of rural tourism in China[J]. Seeker, 2013(4): 259-261.
 - [5] 林丹.乡村旅游游客满意度影响因素:基于因子和单因素方差分析的实证研究[J].中南林业科技大学学报(社会科学版),2015,9(4):56-60.
LIN Dan. Empirical study about the influencing factors of rural tourist satisfaction based on factor analysis and single factor analysis of variance[J]. Journal of Central South University of Forestry & Technology (Social Sciences), 2015, 9(4): 56-60.
 - [6] 赵宇雯,杨育军.基于模糊综合评价法的乡村旅游规划游客满意度研究:陕西户县东韩村为例[J].西部人居环境学刊,2015(4):72-76.
ZHAO Yuwen, YANG Yujun. Research on the satisfaction degree of rural tourism planning based on fuzzy comprehensive evaluation: A case study in Donghan village, Hu County, Shanxi[J]. Journal of Human Settlements in West China, 2015(4): 72-76.
 - [7] 蔡雪洁,鲁林红.基于游客满意度的乡村旅游景区服务质量提升策略研究:以安徽省宿州市为例[J].长沙大学学报,2014,28(6):25-27.
CAI Xuejie, LU Linhong. Study on the strategies of improving rural tourism service quality based on tourist satisfaction[J]. Journal of Changsha University, 2014, 28(6): 25-27.
 - [8] 黎森.基于游客满意度的乡村旅游解说系统优化研究:以三江丹洲景区为例[J].广西农学报,2015,30(1):35-38.
LI Sen. A research of tourism interpretation system optimization based on tourist satisfaction analysis:Case study of Sanjiang Danzhou Scenic[J]. Journal of Guangxi Agriculture, 2015, 30(1): 35-38.
 - [9] SHENG Xiaolan. Marketing strategies based on tourists' satisfaction on rural tourism in Suzhou city of China[J]. Journal of Landscape Research, 2011, 3(12): 76-80.
 - [10] 河南乡村旅游发展潜力巨大[N].河南日报,2016-10-14(3).
The great development potential of Henan rural tourism [J]. Henan Daily, 2016-10-14(3).
 - [11] 荣泰生.AMOS与研究方法[M].重庆:重庆大学出版社,2009:169-171.
RONG Taisheng. AMOS and research methodology[M]. Chongqing: Chongqing University Press, 2009: 169-171.

责任编辑:张建设