

<<环城游憩行为>>

图书基本信息

书名：<<环城游憩行为>>

13位ISBN编号：9787511234476

10位ISBN编号：751123447X

出版时间：李江敏、严良 光明日报出版社 (2012-12出版)

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<环城游憩行为>>

### 作者简介

李江敏，1976年11月出生，湖北老河口人。

中国地质大学（武汉）经济管理学院旅游管理系副教授，管理学博士，中国地质大学优秀博士学位论文获得者，湖北省第十二届青联委员。

主要研究方向为旅游消费行为与市场管理，主持完成教育部人文社科基金、中央高校专项基金及旅游规划等课题8项，参与国家级和省部级社科基金项目5项，公开发表学术论文20余篇，主编《文化旅游开发》、副主编《旅游学概论》等教材5部。

严良，1961年10月出生，湖北大悟人。

管理学教授，博士生导师，中国地质大学（武汉）经济管理学院院长，湖北省营销学会副会长。

主要研究方向为管理科学、市场营销，主持国家社会科学基金、国家自然科学基金、国家软科学项目、教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目等科研项目10余项，出版《现代企业管理基础》《现代市场营销策划——原理、理论与应用》等相关教材、著作、译著7部，公开发表学术论文60余篇。

## &lt;&lt;环城游憩行为&gt;&gt;

## 书籍目录

绪论 第一章研究背景与研究内容 第一节研究背景与问题提出 第二节研究目的和意义 第三节研究内容和研究方法 第四节本章小结 第二章文献综述与理论基础 第一节文献综述 第二节理论基础 第三节本章小结 第三章怎样测量环城游憩的体验价值 第一节构建体系的研究思路与分析方法 第二节设计测量指标的依据 第三节问卷设计 第四节问卷调查及数据分析 第五节环城游憩体验价值结构体系的确立 第六节本章小结 第四章环城游憩行为机理的研究假设 第一节研究变量与概念模型 第二节分析方法 第三节研究假设 第四节本章小结 第五章实证研究 第一节问卷设计与预测 第二节样本搜集 第三节描述性统计分析 第四节量表的信度和效度检验 第五节体验价值的多层结构检验 第六节结构方程模型分析与假设检验 第七节研究结论 第八节本章小结 第六章环城游憩行为有什么特征 第一节环城游憩行为特征 第二节环城游憩行为发展的影响因素 第三节本章小结 第七章哪些环城游憩消费类型的体验价值较高 第一节不同消费类型的游客体验价值差异显著性分析 第二节聚类分析 第三节三种感知水平在消费类型上的分布特征 第四节研究结论 第五节本章小结 第八章结论与展望 第一节主要研究结论 第二节管理启示 第三节主要创新点 第四节研究局限与展望 附录一 附录二 附录三 参考文献 后记

## &lt;&lt;环城游憩行为&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图：（四）分析环城游憩行为特征及影响因素 基于问卷调查，通过描述性统计分析归纳提炼现阶段城市居民环城游憩出游动机、出游时间、出游方式、项目选择及旅游花费等方面的特征，并分析环城游憩行为发展的影响因素，为开发管理者相应策略的制定提供依据。

（五）探寻不同环城游憩消费类型的体验价值差异。

基于问卷调查，对相关体验价值维度进行聚类分析，归纳体验价值水平类型，进一步分析不同体验价值水平在各消费类型上的分布特征，找出体验价值较高的消费类型，对比现阶段环城游憩行为特征，提出旅游产品的科学开发方向。

二、研究意义 环城游憩行为研究具有理论及实践意义：（一）理论意义 1.研究将体验价值理论引入环城游憩问题探讨中，通过对环城游憩体验价值的实证研究，构建环城游憩体验价值结构体系，拓展了体验价值的测量体系研究；2.国内外对于体验价值与游客满意度、行为意向之间关系的系统研究还不多。

本研究创新性的提出并验证体验价值内部的层次作用关系，构建环城游憩体验价值与游客满意度、行为意向之间关系的结构方程模型，提炼“体验价值-游客满意度-行为意向”模型（TEVSB），推进了体验价值、游客满意度及行为意向关系的理论研究；3.本研究采用管理学理论和方法对环城游憩行为问题进行实证研究，与以前主要从地理学视角的探讨有所区别，从管理学视角丰富了环城游憩理论。

（二）实践意义 环城游憩作为一种发展迅速的新型旅游形式和人们逐渐重要的生活组成部分，从动机、时间及成本而言人们出游的频率比异地观光旅游要高，重游的可能性也大。

在环城游憩地大量被开发，但又经营粗放、投资收益低的背景下，从消费者视角出发，分析环城游憩行为，探索提升环城游憩体验价值，进而提高游客满意度、增强游后行为意向的研究很有价值。

本研究将构建环城游憩体验价值结构体系、探寻体验价值内部的层次作用关系、揭示体验价值与游客满意度及行为意向的作用机制、探寻不同环城游憩消费类型的体验价值差异。

有助于规划与管理者对环城游憩地进行科学开发和管理：什么样的体验产品更受游客青睐？

怎样才能使游客真正满意？

怎样才能使得游客成为忠诚客户？

今后环城游憩产品的开发方向是什么？

这些问题都可以从研究结论中寻找答案，促使经营管理者更有效的实现游客满意度和忠诚度的提升，进而赢取企业利润。

这对目前如火如荼的环城游憩地竞争力提升具有重要的指导意义，同时对其他体验性产业也具有借鉴意义。

## <<环城游憩行为>>

### 编辑推荐

《环城游憩行为》是教育部高等学校社会科学发展研究中心组织各高等学校和出版单位共同建立的学术著作出版平台，旨在为推动高校哲学社会科学的繁荣发展，为高校哲学社会科学工作者出版学术著作创造条件。

将坚持“广泛动员、集中征集、严格评审、精心编校”的工作原则，致力于通过资助优秀学术专著出版、推动学术成果交流推广等形式，让更多的哲学社会科学优秀科研成果和优秀工作者走进交流空间，进入公众视野，发挥应有的影响力和辐射力，为繁荣哲学社会科学作出积极贡献。

<<环城游憩行为>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>