

# 基于内容分析法的旅游地客栈民宿 服务质量评价研究

黄 沛, 陈雪琼\*

(华侨大学 旅游学院, 福建 泉州 362021)

**摘要:** 随着旅游者对客栈民宿强烈的消费需求以及国务院对发展非标住宿的政策支持, 客栈民宿受到广泛关注。研究参考饭店和民宿服务质量评价模型, 构建客栈民宿的服务质量评价体系, 并基于内容分析法将去哪儿网的 720 条顾客评论进行量化分析, 结果表明, 顾客对旅游地客栈民宿的综合服务质量满意度较高; 设施设备指标中的“卫生间”、“房间”、“床”和“电器设备”均与综合总评价具有较强的正相关关系; 服务质量的区域性差异不显著; 不同客房数量的客栈民宿在“老板服务”、“环境”和“卫生”方面存在显著差异。在此基础上提出针对性建议, 以期完善服务质量评价模型。

**关键词:** 旅游地; 客栈民宿; 服务质量评价; 内容分析法

**中图分类号:** F 592      **文献标识码:** A      **文章编号:** 1008 - 7192(2017) 02 - 0036 - 07

随着经济的快速发展, 消费者对旅游住宿业的服务提出了更高的要求 and 衡量标准, 旅游住宿业的竞争也日趋激烈。旅游住宿企业想在竞争中赢得较大市场份额、保持竞争力, 最根本的是通过提高服务质量以吸引更多的顾客。近年来, 随着国内旅游业的蓬勃发展, 尤其是 2015 年国务院发布的客栈民宿合法化文件, 将其定性为生活性服务业, 推动了客栈民宿等非标准住宿业的高速发展, 随之客栈民宿的服务质量问题受到越来越多的关注<sup>[1]</sup>。

本文在对相关文献进行数理分析的基础上, 构建客栈民宿服务质量评价模型, 并通过内容分析法将去哪儿网站上的大量客观真实评价进行量化分析。探究顾客对旅游地客栈民宿服务质量评价的一般规律, 以期完善客栈民宿服务质量评价模型, 为其服务质量管理提供借鉴。

## 一、研究现状

国外对服务质量的研究始于 20 世纪 80 年代初, 对旅游住宿业服务质量的研究主要侧重于服

务质量概念、构成要素以及服务质量评价模型等方面, 研究成果较丰富, 研究体系较完善, 其理论框架和方法论已经进入一个相对成熟的阶段<sup>[2-5]</sup>。国内的研究主要是在借鉴国外研究成果的基础上, 探讨国内旅游住宿业的服务质量及其影响因素, 随后逐步转为从多个角度对旅游住宿业的服务质量进行个案研究, 研究侧重于服务质量的测量与改进、服务质量的对比分析以及研究方法上对饭店服务质量的创新性研究<sup>[6-7]</sup>。如, 党忠诚和周支立 (2002) 基于 Parsuraman 提出的 SERVQUAL 方法, 采用鱼刺图对饭店服务质量问题进行分析并提出服务质量测量的改进方案<sup>[8]</sup>; 张慧 (2012) 通过对福建厦门和泉州两地区高星级酒店实证比较研究发现, 两地区存在总体服务质量缺陷明显、地域服务质量差距显著等问题<sup>[7]</sup>; 朱峰和吕镇 (2006) 抽取艺龙网的顾客评论, 发现国内旅游者非常重视与饭店星级紧密相关的要素<sup>[9]</sup>; 艾小艳和南晓鹏 (2014) 以顾客评论为研究样本, 分析得出: 湖南省五星级饭店总体服务

收稿日期: 2016 - 12 - 12

基金项目: 中央高校基本科研业务费资助项目 (JB - SK1204); 华侨大学研究生科研创新能力培育项目 (1511308016)

作者简介: 黄 沛 (1992 -), 女, 华侨大学旅游学院旅游管理专业硕士研究生, 研究方向为旅游企业管理。E-mail: 1963014111@qq.com

\* 通讯作者: 陈雪琼 (1967 -), 女, 华侨大学旅游学院教授, 硕士生导师, 研究方向为旅游企业管理。E-mail: 470225787@qq.com

质量未达到星级标准<sup>[10]</sup>；巫景飞（2007）运用IPA分析工具研究中国两家领先的连锁经济型酒店，发现服务质量与顾客期望之间存在一定差距<sup>[11]</sup>。

综上所述，国内外学者在旅游企业服务质量方面的研究已经进入一个相对成熟的阶段，不过现有研究对象主要集中于星级酒店和经济型酒店，基本没有涉及到客栈民宿业。对此，本研究通过内容分析法对我国旅游地客栈民宿进行服务质量评价研究具有极大的现实意义。

## 二、 研究方法

### 1. 研究方法

随着在线预定平台的发展和网络媒体的普及，越来越多的消费者会根据其消费体验进行在线点评，在线评论不仅为顾客购买决策提供重要参考，更是凭借其信息量丰富、获取便利、客观真实等特点为学术研究提供了支持。利用网络评论数据进行文本分析的研究方法逐渐被国内外学者运用，据此，本文主要采用网络内容分析法对消费者的评论信息进行编码，并运用SPSS21.0进行统计分析。

### 2. 研究过程

（1）样本选取。在选取评论样本前对携程网（<http://www.ctrip.com>）、去哪儿网（<http://www.qunar.com>）和猫途鹰网（<http://www.tripadvisor.cn>）等权威网站的性质、网站页面设置以及顾客点评文本进行分析，发现去哪儿网网站页面设置中将客栈民宿单独分类，可直接输入旅游地搜索客栈民宿信息，使得样本选取更加便利，获取的评论数量多且评论发布时间跨度小，满足本研究对样本量的需求。

去哪儿网客栈民宿搜索中热门旅游地有20个，东中西部各随机选取4个旅游地，其中东部选取鼓浪屿、西塘、周庄和三亚；中部选取黄山、张家界、凤凰城与平遥；西部选取丽江、阳朔、大理和香格里拉。每个旅游地筛选出评论数量多且评论发布时间跨度小的客栈民宿，在筛选结果中随机选取5家客栈，每家客栈随机抽取2015年9月至2016年9月的12条有效评论（字数达到50字且内容涉及3个以上指标的评论），总计得到720

个评论样本。

（2）内容分析体系与编码。本研究采用的分析体系是在参考饭店服务质量文本分析体系和民宿服务质量评价模型的基础上，结合本研究选取旅游地客栈的实际情况，初步构建出旅游地客栈服务质量网络内容分析体系<sup>[6][12]</sup>。并通过去哪儿网的2016年1—3月的200条评论样本的试分析进行完善，最终确定的分析体系包括总体评价、经营场所和设施设备三个部分，其中总体评价中的综合总评价指标是根据网络顾客评价中的定量部分制定的，其他具体指标是根据顾客评论中的定性部分制定的。

综合总评价指标的分值由网友直接给出，其余三部分的具体指标采用李克特五级量表对网友评论内容进行编码，编码标准主要根据网友评论中出现的评价性词语进行编码，1=很差（很不好、太差等）、2=差（不好、不满意、不舒服等）、3=一般（还行、还好、还算可以等）、4=好（不错、挺好、比较好、挺喜欢等）、5=很好（很不错、非常好、特别满意、超级好等），也会根据专业知识对评论者表现出的情绪进行把握，如评论出现希望不要、希望提高、希望可以等语句时对其编码为2=差（表1）。

## 三、 服务质量评价分析

### 1. 描述性统计分析

本研究通过将去哪儿网的720条客观真实评论进行编码，采用SPSS21.0软件进行描述性统计分析。其中顾客评论中的评分越高，表明顾客满意度越高；评论样本数越高，表明顾客关注度越高。

（1）总体评价。在总体评价的各项具体指标中，不考虑顾客直接给出的“综合总评价”指标，所有评论样本中有70.69%的评论提及“老板服务”、43.19%的评论提及“环境”、19.86%的评论提及“性价比”、18.19%的评论提及“卫生”，仅有3.47%的评论提及与网络描述的符合程度。各项指标均值在3.52~4.76之间，相对于“综合总评价”、“环境”、“卫生”、“性价比”、“与网络描述符合程度”这些常规指标，顾客对“老板服务”的评分更高，达到4.76。

（2）经营场所。在经营场所各项具体指标中，

“地理位置”的评论样本数最多，占总评论样本的 57.64%， “装修”、和 “安全性” 两项指标的评论

表 1 旅游地民宿服务质量内容分析体系和编码

类别		指标	编码
总体评价	1 综合总评价		
	2 老板服务总评价	1 服务态度 2 基本服务项目 3 个性化服务项目	1 = 很差 2 = 差 3 = 一般 4 = 好 5 = 很好
	3 环境总评价	4 环境	1 = 很差 2 = 差 3 = 一般 4 = 好 5 = 很好
	4 卫生总评价	5 卫生	1 = 很差 2 = 差 3 = 一般 4 = 好 5 = 很好
	5 性价比总评价	6 性价比	1 = 很低 2 = 低 3 = 一般 4 = 高 5 = 很高
	6 与网络描述符合程度	7 与网络描述符合程度	1 = 很不符合 2 = 不符合 3 = 一般 4 = 符合 5 = 很符合
经营场所	7 地理位置	8 交通便利性 9 周边环境	1 = 很差 2 = 差 3 = 一般 4 = 好 5 = 很好
	8 装修	10 总体布局 11 装饰物 12 风格	1 = 很差 2 = 差 3 = 一般 4 = 好 5 = 很好
	9 安全性	13 安全性	1 = 很差 2 = 差 3 = 一般 4 = 好 5 = 很好
设施设备	10 庭院	14 面积 15 设计布局	1 = 很差 2 = 差 3 = 一般 4 = 好 5 = 很好
	11 房间	16 面积 17 设计布局 18 卫生	1 = 很差 2 = 差 3 = 一般 4 = 好 5 = 很好
	12 床	19 大小 20 舒适度 21 床上用品	1 = 很差 2 = 差 3 = 一般 4 = 好 5 = 很好
	13 卫生间	22 面积 23 卫生 24 洗漱用品配置 25 热水效果	1 = 很差 2 = 差 3 = 一般 4 = 好 5 = 很好
	14 电器设备	26 空调电视等配置 27 功能效果	1 = 很差 2 = 差 3 = 一般 4 = 好 5 = 很好
	15 网络	28 电脑网速 29Wifi 配置与效果	1 = 很差 2 = 差 3 = 一般 4 = 好 5 = 很好
	16 隔音效果	30 隔音效果	1 = 很差 2 = 差 3 = 一般 4 = 好 5 = 很好

表 2 各评论指标的描述性统计分析结果

评价指标		样本数	百分比 (%)	极小值	极大值	均值
总体评价	综合总评价	720	100	1	5	4.65
	老板服务总评价	509	70.69	1	5	4.76
	环境总评价	311	43.19	1	5	4.16
	卫生总评价	131	18.19	1	5	4.15
	性价比总评价	143	19.86	1	5	3.97
	与网络描述的符合程度	25	3.47	1	5	3.52
经营场所	地理位置	415	57.64	1	5	4.16
	装修	69	9.58	1	5	4.38
	安全性	9	1.25	2	5	3.44
设施设备	院落	56	7.78	3	5	4.55
	房间	368	51.11	1	5	4.03
	床	110	15.28	1	5	3.95
	卫生间	119	16.53	1	5	3.27
	电器设备	55	7.64	1	5	3.15
	网络	21	2.92	2	5	3.81
	隔音效果	27	3.75	1	5	2.26

样本数较少，各占总评论样本的 9.58%、1.25%。各指标的均值在 3.44~4.38 之间，其中得分最高的为“装修”(4.38)，其次为“地理位置”(4.16)，而“安全性”的评分还未达到 3.5。

(3) 设施设备。在设施设备各项具体指标中，顾客评论涉及最多的是“房间”(51.11%)，其次为“卫生间”和“床”(16%左右)，再次为“院落”和“电器设备”(7%左右)，最低的为“隔音效果”和“网络”(3%左右)。各评价指标得分均值在 2.26~4.76 之间，其中得分最高的是“院落”(4.55)，而得分最低的是“隔音效果”(2.26)。

上述统计分析结果表明，我国旅游地客栈民宿的总体服务质量受到顾客的认可，各总体评价指标均获得了较高的关注和评价；顾客对经营场所中的“地理位置”关注度和满意度均较高，对“安全性”的关注度和满意度均较低，对“装修”的满意度较高但关注度相对较低；设施设备评价各项指标之间的满意度与关注度差异较大，且顾客对设施设备整体上的满意度相对于总体评价和经营场所来说偏低。

2. 各评论指标与综合总评价的相关性分析

为了解顾客各项评论内容与综合总评价之间的关系，采用 SPSS21.0 进行双变量相关分析。

分析结果显示，“地理位置”、“装修”“卫生间”均与综合总评价在  $\alpha=0.01$  水平上呈较强的正相关关系，“房间”、“床”和“电器设备”与综合总评价在  $\alpha=0.05$  水平上呈较强的正相关关系（表 3）。（由于综合总评价是顾客根据老板服务、环境、卫生等各方面总体感知给出的评分，总体评价各指标与综合总评价指标具有一定的相关关系，故本文对此不进行分析。）

表 3 各评论指标与综合总评价的相关性分析结果

指标	综合总评价		
	Pearson 相关性	显著性(双侧)	样本数
地理位置	0.332**	0.002	415
装修	0.696**	0.000	69
安全性	0.682	0.043	9
院落	0.035	0.798	56
房间	0.649*	0.021	368
床	0.704**	0.032	110
卫生间	0.488**	0.000	119
电器设备	0.578*	0.013	55
网络	0.209	0.363	21
隔音效果	0.361	0.064	27

注：\*表示在 0.05 水平上显著，\*\*表示在 0.01 水平上显著，表 5 同。

3. 总体评价指标的地区差异性

对比各区域总体评价的各项指标可以发现，东部、中部和西部的差异较小。具体分析而言，各区域在“综合总评价”、“老板服务总评价”、“环境总评价”和“卫生总评价”四项指标中差异相对较小，差值在 0.2 以内；而在“性价比总评价”、“与网络描述符合程度”中各区域差异相对较大，差值可达 0.61（表 4）。

综上所述，东中西部的旅游地客栈民宿服务质量差异较小，总体上得到顾客的认可，但各地区网络宣传的真实性还有待提高。

4. 不同客房数量的服务质量单因素方差分析

为了解不同客房数量的旅游地客栈民宿的服务质量是否存在差异，本研究采用单因素方差分析法检验。检验结果表明，不同客房数量的客栈民宿在“老板服务总评价”、“环境总评价”和“卫生总评价”上存在显著差异，而在其他方面则不存在显著差异。为进一步检验不同客房数量之间的服务质量差异，运用多重比较分析法（表 5）。

表 4 总体评价指标的地区差异性分析结果

旅游地	综合总评价		老板服务总评价		环境总评价		卫生总评价		性价比与网络描述总评价 符合程度			
	均值	N	均值	N	均值	N	均值	N	均值	N	均值	N
东部	4.66	240	4.72	173	4.10	99	4.23	57	4.00	51	3.85	13
中部	4.60	240	4.76	196	4.10	90	4.04	45	3.72	43	3.14	7
西部	4.69	240	4.80	140	4.25	122	4.14	29	4.14	49	3.2	5

表 5 不同房间数量的服务质量单因素方差分析

指标	Levene 检验(F 值)	ANOVA(F 值)
综合总评价	3. 144 *	1. 983
老板服务总评价	13. 229 * *	3. 917 *
环境总评价	4. 070 *	12. 882 * *
卫生总评价	1. 905	3. 988 *
性价比总评价	4. 337 *	0. 415
与网络描述的符合程度	1. 253	0. 753
地理位置	2. 032	1. 454
装修	0. 750	0. 405
安全性总评价	2. 327	1. 482
院落	4. 927 *	2. 474
房间	1. 559	2. 314
床	0. 611	0. 145
卫生间	1. 344	1. 524
电器设备	6. 203 * *	0. 906
网络	0. 916	0. 097
隔音效果	1. 979	0. 538

多重比较检验结果如表 6 所示,不同客房数量的旅游地客栈民宿在“老板服务总评价”、“环境总评价”和“卫生总评价”方面的服务质量由高到低依次为 1~10 间、11~20 间和 21~30 间,即顾客对“老板服务”、“环境”和“卫生”方面的满意度与其客房数量成负相关。

表 6 不同房间数量的多重比较检验结果

因变量	客房数量(I) (间)	客房数量(J) (间)	均值差	标准误差	显著性	95% 置信区间	
						下限	上限
老板服务总评价	1~10	11~20	0. 141 3 *	0. 049 8	0. 014	0. 022	0. 261
		21~30	0. 096 5	0. 120 1	0. 813	0. 206	0. 399
	11~20	1~10	0. 141 3 *	0. 049 8	0. 014	0. 261	0. 022
		21~30	0. 044 8	0. 123 8	0. 978	0. 355	0. 265
	21~30	1~10	0. 096 5	0. 120 1	0. 813	0. 399	0. 206
		11~20	0. 044 8	0. 123 8	0. 978	0. 265	0. 355
环境总评价	1~10	11~20	0. 283 5 *	0. 082 3	0. 002	0. 086	0. 481
		21~30	0. 638 2 *	0. 161 1	0. 001	0. 240	1. 036
	11~20	1~10	0. 283 5 *	0. 082 3	0. 002	0. 481	0. 086
		21~30	0. 354 7	0. 159 5	0. 090	0. 040	0. 749
	21~30	1~10	0. 638 2 *	0. 161 1	0. 001	1. 036	0. 240
		11~20	0. 354 7	0. 159 5	0. 090	0. 749	0. 040
卫生总评价	1~10	11~20	0. 193 8	0. 161 3	0. 232	0. 125	0. 513
		21~30	0. 627 3 *	0. 223 3	0. 006	0. 185	1. 069
	11~20	1~10	0. 193 8	0. 161 3	0. 232	0. 513	0. 125
		21~30	0. 433 4	0. 228 5	0. 060	0. 019	0. 885
	21~30	1~10	0. 627 3 *	0. 223 3	0. 006	1. 069	0. 185
		11~20	0. 433 4	0. 228 5	0. 060	0. 885	0. 019

## 四、 结论与建议

### 1. 结 论

(1) 顾客对我国旅游地客栈民宿的综合服务质量满意度较高, 其中顾客对老板服务、地理位置和房间的满意度和关注度相对较高, 对与网络描述符合程度、隔音效果、电器设备和网络的满意度和关注度相对较低。

(2) 设施设备是评价体系三类指标中顾客满意度最低的, 且其具体指标中的“卫生间”、“房间”、“床”和“电器设备”均与综合总评价具有较强的正相关关系。

(3) 东中西部的旅游地客栈民宿服务质量整体上差异较小, 各地区的服务质量总体上得到顾客的认可, 但其网络宣传的真实性还有待提高。

(4) 不同客房数量的客栈民宿在“老板服务总评价”、“环境总评价”和“卫生总评价”上存在显著差异, 且顾客的满意程度与其客房数量成负相关。

### 2. 建 议

(1) 提升基本服务项目的同时突出特色。随之越来越多的都市人向往传统生活风貌, 注重主客互动及个性化服务的提供, 规范化、标准化的传统住宿业已不能满足其需求, 而客栈民宿有别于传统住宿体验, 能够真实体现浓郁的地方文化和古朴风味。因此, 客栈民宿企业在提升基本服务项目的同时必须突出特色, 强调文化氛围的塑造和个性化服务的提供, 将其文化底蕴和文化情怀做出来。

(2) 完善设施设备。旅游地客栈一方面需要配备或更新电视、空调等电器设备, 保持卫生间的清洁卫生并提高洗漱用品的质量; 另一方面需要在保持建筑原有风格的同时能够尽量提高房间的隔音效果。

(3) 保证网络宣传的真实性。在信息高速发展的今天, 消费者对网络宣传材料的关注度持续上升, 企业应该对网络宣传引起重视, 但不能为了追求经济效益而进行虚假宣传。因此, 旅游地客栈企业应保证网络宣传的真实性, 从而提高顾

客的整体满意度。

(4) 避免因规模的扩大降低服务质量。较小的规模是客栈民宿的重要特征之一, 也是主客互动和个性化服务提供的重要前提。客栈民宿应保持较小的规模, 注重建筑和装修风格体现地域特色, 营造“家”样氛围, 提升顾客满意度。

### 参 考 文 献

- [1] 蒋佳倩, 李艳. 国内外旅游“民宿”研究综述[J]. 旅游研究, 2014, 6(4): 16-22.
- [2] KATZ L, BLAIREM L, RICHARD C L. Prescription for the waiting-in-line blues: entertain enlighten and engage[J]. Sloan Management Review, 1991, 32(6): 44-53.
- [3] 高锋, 肖诗顺. 服务质量评价理论研究综述[J]. 商业经济, 2009, 6(2): 16-17.
- [4] 赵吉壮, 余伟萍, 王成杰. 服务质量研究综述[J]. 经济与管理, 2008, 1(3): 82-84.
- [5] PZB. A conceptual mode of service quality and its implications for future research[J]. Journal of Marketing, 1985 (3): 44-46.
- [6] 熊伟, 许俊华. 基于内容分析法的我国经济型酒店服务质量评价研究——兼与高星级酒店对比[J]. 北京第二外国语学院学报, 2010, 34(11): 57-67.
- [7] 张慧. 基于内容分析法的高星级饭店服务质量实证比较研究[J]. 华中林业大学学报, 2012, 2(3): 77-85.
- [8] 党忠诚, 周支立. 饭店服务质量的测量与改进[J]. 旅游学刊, 2002, 17(2): 22-25.
- [9] 朱峰, 吕镇. 国内游客对饭店服务质量评论的文本分析——以e龙网的网友评论为例[J]. 旅游学刊, 2006, 21(5): 86-90.
- [10] 艾小燕, 南小鹏. 基于网络评价的湖南五星级饭店服务质量研究[J]. 中南林业科技大学学报, 2014, 8(3): 13-15.
- [11] 巫景飞. 我国经济型酒店服务质量的IPA分析——以如家快捷与锦江之星为调查对象[J]. 华东经济管理, 2007, 21(11): 95-98.
- [12] 范欧丽. 顾客感知视觉下民宿服务质量评价体系构建——基于扎根理论研究方法[J]. 商业经济, 2001, 10(2): 37-39.

(下转第91页)