

旅游景区游客满意度测评体系研究

董观志,杨凤影

(暨南大学深圳旅游学院,广东 深圳 518053)

[摘要]稳定的规模化游客流是经营性旅游景区的生命线,游客满意度是游客流的根本动力。本文在分析旅游景区业务流程的基础上,提炼了影响旅游景区游客满意度的主要因素,构建了测评游客满意度的指标体系,运用模糊综合评价法建立了测评游客满意度的数学模型,试图为旅游景区经营管理者提供一个掌握游客满意度水平的决策辅助工具。

[关键词]模糊综合评价;测评体系;游客满意度;旅游景区

[中图分类号] F59

[文献标识码] A

[文章编号] 1002-5006(2005)01-0027-04

1 提出问题

旅游景区是旅游系统的重要组成部分。在日益激烈的市场竞争条件下,没有满意的游客就没有稳定的规模化游客流,更没有经营性旅游景区的核心竞争力。因此,加强旅游景区游客满意度研究具有重要意义。旅游景区游客满意度是指游客对旅游区的旅游景观、基础设施、娱乐环境和接待服务等方面满足其旅游活动需求程度的综合心理评价^[1]。游客对旅游景区的综合心理评价主要受3个方面的直接影响:一是身体素质、文化背景、职业、消费水平、以往旅游经历、感知期望等游客因素;二是产品功能、服务内容、作业流程、促销承诺等景区因素;三是游客在景区内游乐活动过程中的动态感知因素。可以说,从景区产品开发到景区运营的服务流程中每一环节的每一要素都将不同程度地影响着游客满意度

水平。本文从旅游景区作业流程中筛选出对游客满意度敏感极高的具有代表性的相关因子构成满意度测评体系,使经营者能清楚地掌握服务流程中各环节的游客满意度水平、某一因素对游客总体满意度的影响权重、游客对景区的总体满意度,从而为景区在经营管理过程中提高游客满意度提供决策辅助工具。

2 游客满意度测评指标体系

游客满意度指标体系可以定义为一系列相互联系的能敏感地反映游客满意状态及存在问题的指标的有机构成整体^[2]。为了准确地测量游客满意度,从景区业务流程的关键环节中筛选反映游客满意度的因子时必须遵循因子的敏感性、内容的代表性、范围的全面性、指标的可测量性、数据的效用性、体系的稳定性等原则。

2.1 体系的设计

游客满意度评价指标体系主要是根据游客的分类需求结构及其在景区的活动内容建立起来的^[3]。对以往研究顾客满意度的文献进行总结分析,从价值方面看,顾客满意度的影响因素主要包括产品、服务、人员、形象等4个方面^[4]。在这一因素框架上,结合景区业务流程的原理,从景区规划开发过程、一线运营服务过程、后台支持系统等三大模块作业流程单元中,按照全面性、代表性、可测量性、效用性的原则确定项目层指标,再根据各项目层指标分别确定评价因子层指标。这样,旅游景区游客满意度评价指标体系就由3个层次的指标项目构成:第一层次()即游客总体满意度指标;第二层次()即项目层指标,包括食、宿、行、游、购、娱、服务、设施、形象等9个指标;第三层次()为评价因子层指标,是第二层次指标进行分解后的满意度指标。心理学家研究分析认为,在对事物的几个方面进行比较时,7±2个项目是心理学的极限,因而在设计评价指标体系

[基金项目]国务院侨办人文社科研究项目(编号:04CQBZ003)的部分成果。

[收稿日期] 2004-11-06; **[修订日期]** 2004-12-08

[作者简介]董观志(1965-),男,湖北人,暨南大学副教授,硕士生导师,中山大学博士生,主要从事主题公园经营管理与区域旅游发展战略研究;杨凤影(1981-),女,暨南大学旅游管理硕士研究生。

时,尽可能将每一层次的项目数控制在 5~9 个。

在确定因子的权重时,可以利用 SPSS10.0 统计软件对指标的测量数据进行因子分析法处理,从而得到权重集,这样有助于减小传统的专家估测法存在的主观误差^[5]。求得指标权重集的步骤如下:

由于各评价指标对应的原始数据量纲不同,首先对其进行标准化处理。项目指标 U_i 为一因子,例如旅游景观 U_1 是项目层指标,其因子指标如景观特色 U_{11} 、观赏价值 U_{12} 、资源丰富 U_{13} 、门票价格 U_{14} 、游览环境 U_{15} 作为影响主因子旅游景观的变量,根据某次对某景区的调查数据由 SPSS 分析得到,各变量对因子的载荷模型为:

$$U_i = 0.912 U_{11} + 0.885 U_{12} + 0.824 U_{13} + 0.956 U_{14} + 0.726 U_{15}$$

0.912、0.885、0.824、0.956、0.726 分别表示 U_{11} 、 U_{12} 、 U_{13} 、 U_{14} 、 U_{15} 各变量在旅游景观项目因子上的因子得分系数。因子得分系数表示了变量与因子的相互关系,系数越大,说明该变量与因子的关系越密切,其对因子的贡献越大,所应赋予的权数也越大。对(0.912, 0.885, 0.824, 0.956, 0.726)进行归一化处理得到,各变量对主因子的权重集为(0.21, 0.21, 0.19, 0.22, 0.17)。同理,得出其他项目因子的变量权重集。最后,利用 SPSS 再对项目因子进行因子分析,假定主因子数为 1,得到各项目因子对主因子的载荷模型,逐步对所获得的各因子得分系数进行归一化处理,得到各项目因子对游客总体满意度的权重集。

2.2 体系的建立

按照上述设计思路,构建了如图 1 所示的旅游景区的游客满意度测评指标体系。问卷调查表围绕指标体系的框架进行设计,继而对问卷所获得的数据进行分析后确定权重,完善评估体系。 U_i 表示项目层指标, U_{ij} 表示第 i 个项目层指标的第 j 个因子指标, W_i 表示第 i 个项目层指标的重要性权数,且

$$\sum_{i=1}^n W_i = 1 (i = 1, 2, \dots, n)$$

W_{ij} 表示第 i 个项目指标的第 j 个测评因子指标对该项目指标的重要性权数,且

$$\sum_{j=1}^n W_{ij} = 1 (i = 1, 2, \dots, 9)$$

3 游客满意度的模糊综合评价

在游客满意指标的衡量中,使用精确方法有一定的局限性,适宜采用模糊综合评价法,计算出各个

满意度等级的模糊隶属度,从而进行评价和求解^[6]。这里以图 1 所示的游客满意度测评体系为框架,建立模糊综合评价模型,计算出旅游景区游客满意度。

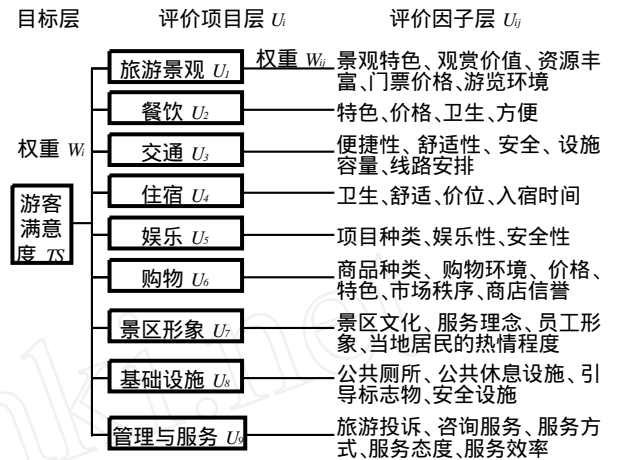


图 1 游客满意度层次结构指标体系

3.1 一级模糊综合评价^[7]

采用模糊综合评价时,将项目层指标作为第一层指标,因子层指标作为第二层指标,一级模糊综合评价应按第二层次诸因素进行。设评价对象是第二层次中的因素 U_{ij} ,对该因素的评价隶属度为 R_{ijk} (例如,在抽样调查 50 人中,评价值为 5 分的有 10 人,则很满意的隶属度为 0.2);以图 1 中项目层的旅游景观的评价因子层为例,构建第二层次因素评价矩阵:

$$R_1 = \begin{pmatrix} R_{111} & R_{112} & R_{113} & R_{114} & R_{115} \\ R_{121} & R_{122} & R_{123} & R_{124} & R_{125} \\ R_{131} & R_{132} & R_{133} & R_{134} & R_{135} \\ R_{141} & R_{142} & R_{143} & R_{144} & R_{145} \\ R_{151} & R_{152} & R_{153} & R_{154} & R_{155} \end{pmatrix}$$

则如该矩阵中第二行的值表示第一层次因素(旅游景观)的评价因子(观赏价值)的评价隶属度。于是因子 U_1 的一级模糊综合评价矩阵为:

$$B_1 = W_1 \cdot R_1$$

其中 $W_1 = (W_{11}, W_{12}, W_{13}, W_{14})$, W_{11} 、 W_{12} 、 W_{13} 、 W_{14} 分别表示景观特色、观赏价值、资源丰富性、门票价格等因子在旅游景观的满意度评价中的重要性程度,且它们的加权值为 1。依此类推,建立在测评体系上的一级模糊综合评价集为: $B_i = W_i \cdot R_i$

3.2 二级模糊综合评判

将每一个因素 U_i 作为一个元素, B_i 作为它的单因素评判隶属度值矩阵,则

$$B_i = (B_{i1}, B_{i2}, B_{i3}, B_{i4}, B_{i5})$$

表1 一级模糊评价结果表

评价指标及权重				评价价值隶属度				
项目层 U_i	W_i	因子层 U_{ij}	W_{ij}	非常满意 5	较满意 4	一般 3	较不满意 2	不满意 1
旅游景观 U_1	0.21	景观特色	0.21	0.02	0.25	0.26	0.35	0.12
		观赏价值	0.21	0.02	0.23	0.21	0.42	0.12
		资源丰富	0.19	0.15	0.32	0.23	0.14	0.16
		门票价格	0.22	0.18	0.42	0.26	0.02	0.12
		游览环境	0.17	0.09	0.35	0.27	0.28	0.01
U_1 一级综合评价 B_1				0.0918	0.3135	0.2455	0.2403	0.1089
餐饮 U_2	0.09	特色	0.18	0.06	0.24	0.25	0.32	0.13
		价格	0.26	0.08	0.03	0.35	0.41	0.13
		卫生	0.35	0.08	0.09	0.21	0.52	0.10
		方便	0.21	0.05	0.25	0.23	0.31	0.16
U_2 一级综合评价 B_2				0.0701	0.1350	0.2578	0.4113	0.1258
交通 U_3	0.05	便捷性	0.25	0.04	0.09	0.20	0.22	0.45
		舒适性	0.18	0.06	0.12	0.13	0.45	0.24
		安全	0.31	0.02	0.05	0.12	0.52	0.29
		设施容量	0.14	0.05	0.05	0.05	0.63	0.22
		线路安排	0.12	0.03	0.16	0.24	0.35	0.22
U_3 一级综合评价 B_3				0.0376	0.0858	0.1464	0.4274	0.3028
住宿 U_4	0.18	卫生	0.26	0.01	0.02	0.08	0.72	0.17
		舒适	0.30	0.03	0.02	0.12	0.68	0.15
		价位	0.28	0.10	0.12	0.42	0.21	0.15
		入宿时间	0.16	0.03	0.02	0.12	0.46	0.37
U_4 一级综合评价 B_4				0.0444	0.0480	0.1936	0.5236	0.1904
娱乐 U_5	0.08	项目种类	0.32	0.02	0.13	0.42	0.31	0.12
		娱乐性	0.34	0.02	0.11	0.24	0.31	0.32
		安全性	0.34	0.07	0.15	0.18	0.42	0.18
U_5 一级综合评价 B_5				0.0370	0.1300	0.2772	0.3474	0.2084
购物 U_6	0.09	商品种类	0.18	0.02	0.10	0.23	0.38	0.27
		购物环境	0.12	0.00	0.02	0.35	0.42	0.21
		特色	0.13	0.01	0.03	0.42	0.28	0.26
		市场秩序	0.25	0.00	0.01	0.21	0.59	0.19
		商店信誉	0.32	0.00	0.00	0.12	0.68	0.20
U_6 一级综合评价 B_6				0.0049	0.0268	0.2289	0.5203	0.2191
景区形象 U_7	0.11	景区文化	0.22	0.04	0.05	0.16	0.45	0.30
		服务理念	0.14	0.02	0.01	0.25	0.35	0.37
		员工形象	0.32	0.00	0.06	0.16	0.48	0.30
		接待地居民的热情程度	0.32	0.00	0.00	0.05	0.86	0.09
U_7 一级综合评价 B_7				0.0116	0.0316	0.1374	0.5768	0.2426
基础设施 U_8	0.09	公共厕所	0.29	0.00	0.01	0.02	0.86	0.11
		公共休息设施	0.13	0.01	0.03	0.32	0.42	0.22
		引导标志物	0.28	0.12	0.10	0.24	0.32	0.22
		安全设施	0.30	0.06	0.02	0.15	0.42	0.35
U_8 一级综合评价 B_8				0.0529	0.0408	0.1596	0.5196	0.2271
管理与服务 U_9	0.10	旅游投诉	0.27	0.03	0.12	0.25	0.46	0.14
		咨询服务	0.14	0.08	0.09	0.11	0.62	0.10
		服务方式	0.15	0.03	0.14	0.27	0.34	0.22
		服务态度	0.26	0.05	0.16	0.38	0.21	0.20
		服务效率	0.18	0.01	0.18	0.27	0.32	0.22
U_9 一级综合评价 B_9				0.0386	0.1400	0.2708	0.3742	0.1764

其中 $i = 1, 2, 3 \dots 9$, 构建第一层次因素评价矩阵 R , $R = (B_1, B_2, B_3, B_4, B_5, B_6, B_7, B_8, B_9)^T$, R 就是集合 $U = \{U_1, U_2, U_3, U_4, U_5, U_6, U_7, U_8, U_9\}$ 的单因素评判矩阵, 每个 U_i 作为构成 U 的指标, 其权重集为 $W = (W_1, W_2, W_3, W_4, W_5, W_6, W_7, W_8, W_9)$, 于是第二级综合评判 $Y = W \cdot R$, $Y = (Y_1, Y_2, Y_3, Y_4, Y_5)$, 其中, $Y_i (i = 1, 2, 3, 4, 5)$ 表示游客满意度为 V_i 的隶属度, 则 $S = H \cdot Y$, 即可算出游客满意度的综合得分, H 为游客满意度的评价集(非常满意, 较满意, 一般, 较不满意, 不满意)相对应的标度向量(5, 4, 3, 2, 1)。

4 实例应用分析

4.1 评判实例

这里选用广东省丹霞山世界地质公园进行实例分析。为了测评该景区的游客满意度, 首先以图1所示的测评体系为框架进行问卷设计, 继而对该景区进行游客满意度的问卷调查, 然后对所获取的数据进行模糊评价, 本次调查共发放问卷1470份, 回收有效问卷1002份, 回收率为68%, 一级评价结果如表1所示。

由表1的一级评判结果, 计算二级评价价值。由二级评判值 $Y = W \cdot R$, 计算得到:

$$Y = (0.049, 0.125, 0.216, 0.425, 0.185), \text{其中 } W = (0.21, 0.09, 0.05, 0.18, 0.08, 0.09, 0.11, 0.09, 0.1), R = (B_1, B_2, B_3, B_4, B_5, B_6, B_7, B_8, B_9)^T.$$

4.2 评判结果分析

由表1可以发现, 按最大隶属度原则, 一级评判除 B_1 的综合评价等级为“较满意”外, 其他8个项目层指标的综合评价等级均为“较不满意”, 显然该景区的

游客满意度综合评价等级为“较不满意”。

为使各项目指标满意度水平的比较变得直观化,计算各级项目层指标的满意度均值。由 $V_i = B_i \cdot H$, 其中 $H = (5, 4, 3, 2, 1)$, 计算得到 V_1, V_2, \dots, V_9 分别为 3.039、2.6123、2.128、2.2324、2.4398、2.0781、1.9928、2.1728、2.4902。比较排列有: $V_1 > V_2 > V_9 > V_5 > V_4 > V_8 > V_3 > V_6 > V_7$, 同理也可对因子层指标的满意度水平进行比较。同样地,计算得到该景区综合满意度得分为 2.243。按照满意度水平标度向量:非常满意(5分)、较满意(4分)、一般(3分)、较不满意(2分)、不满意(1分)的 5 个等级划分标准,该景区游客满意度尚属于一般水平,有待改善和提高。以横轴表示项目层因子的权重系数,纵轴表示满意度的得分,如图 2 所示的项目层指标评判结果在矩阵图上的相对位置反映了该景区游客满意度需要改进的具体内容以及先后顺序。

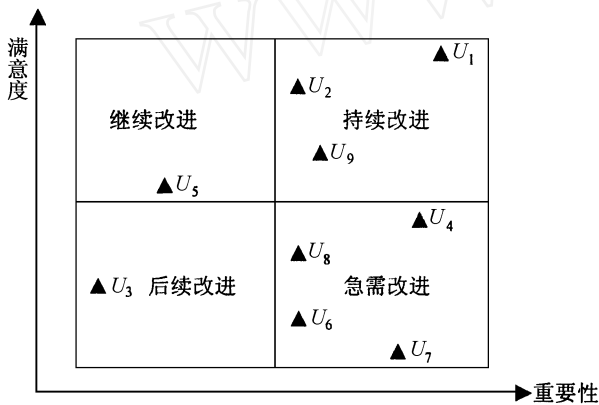


图 2 旅游景区满意度因子认知图

本文所描述的游客满意度测评体系虽然无法将游客的个人因素以及天气等其他不可控制的外生因素^[8]考虑在内,但在理论上具有一定的合理性和科学性,它所囊括的指标大体上反映了游客对景区的期望因子,在实践中具有可操作性。

当然,本指标体系适合评价要素齐全、功能综合

的旅游景区,在具体应用中可以根据观光型、娱乐型、度假型等不同类型对评价指标体系中评价因子的权重做必要的调整,有针对性地突出景区主要特色方面的评价,获得具体景区适合自身经营特点、市场竞争态势、客源市场特征等具有针对性的游客满意度测评结果,从而更有效地指导不同类型的旅游景区经营管理活动。

[参考文献]

[1] 李智虎. 谈旅游景区游客服务满意度的提升[J]. 营销企划, 2003, (4): 39 - 41.
 [2] 黄桐城, 等. 顾客满意度多层次模糊测评模型及其应用[J]. 系统工程理论方法应用, 2002, 11(4): 336 - 339.
 [3] Atila Yuksel, Fisun Yuksel. Measurement of Tourist Satisfaction with Restaurant Services: A Segment-based Approach [J]. Journal of Vacation Marketing, 2002, 9(1): 52 - 68.
 [4] 马龙龙, 李智. 服务营销与管理[M]. 北京: 首都经济贸易大学出版社, 2002. 98 - 102.
 [5] 陈琼华. 综合评价中的赋权方法[J]. 知识丛林, 2004, (4): 118 - 119.
 [6] 刘宇. 顾客满意度测评[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2003. 102 - 122.
 [7] Spreng Richard A, Mackenzie Scott B, Olshavshk Richard W. Reexamination of the Determination of Consumer Satisfaction [J]. Journal of Marketing, 1996, (July): 15 - 28.
 [8] (英)约翰·斯沃布鲁克; 张文, 等译. 景点开发与管理[M]. 北京: 中国旅游出版社, 2001. 300 - 309.

A Study on the Evaluation System of Tourist Satisfaction Degree in Tourist Areas

DONG Guangzhi, YANG Fengying

(Tourism College of Jinan University, Shenzhen 518053, China)

Abstract: The steady flow of tourists on a large scale is the lifeline of the tourist area and tourist satisfaction is the fundamental motive force of the tourist flow. Based on the business operating process of the tourist area, the key factors which have impact on the tourist satisfaction are abstracted, and then the evaluation indicator system of tourist satisfaction is established. Finally, the evaluation model of tourist satisfaction is built in terms of fuzzy comprehensive evaluation so as to offer the managers a decision-making assistant to grasp the circumstances of tourist satisfaction in a tourist area exactly and entirely.

Key words: fuzzy comprehensive evaluation; evaluation system; tourist satisfaction; tourist area

[责任编辑: 吴巧红; 责任校对: 王玉洁]

学界动态

华侨大学旅游学院成立庆典暨中国旅游业现状学术研讨会在泉州举行

本刊讯 2004 年 11 月 27 ~ 28 日, 华侨大学旅游系建系 20 周年暨华侨大学旅游学院成立庆典, 并“中国旅游业的现状、问题与展望”学术研讨会在泉州举行。中国旅游协会旅游教育专业委员会、中国社会科学院旅游研究中心、中国旅游报的领导和来自全国和福建科研机构、高等旅游院校、旅游管理部门和企业的嘉宾并该院师生校友一起出席了庆典和研讨会。嘉宾们对华侨大学旅游系建系 20 周年的成就和新的旅游学院三系二所二中心的建制都给予了极高的评价, 并兴味浓浓地参加了学术会对中国旅游业现状的研讨与互动交流。本刊常务副主编刘德谦教授应聘担任了客座教授, 并应邀出席庆典与该院郑向敏院长共同主持了研讨会。