

# 基于顾客网络评价的乡村民宿服务质量分析

——以武夷山南源岭村民宿为例

张庆,孙华贞,兰宗荣,俞秋莺

(武夷学院,福建 武夷 354300)

**摘要:**以武夷山南源岭乡村民宿作为研究对象,选取携程旅行网的顾客评价数据为样本,利用ROST CM 6内容挖掘软件,进行评论信息提取,建立3项一级指标和13项二级指标,并将点评内容与民宿服务质量测评指标相对应,分析武夷山南源岭乡村民宿服务质量。最后,针对服务质量的不足提出升级民宿硬件设施设备、加强民宿经营者培训等意见和建议。

**关键词:**网络点评;服务质量;内容分析法;乡村民宿

**中图分类号:**F592 **文献标志码:**A **文章编号:**1673-1883(2018)02-0073-04

## An Analysis of the Tourist Service Quality of Nanyuanling Guesthouses in Wuyi Mountain Based on Network Evaluation

ZHANG Qing, SUN Hua-zhen, LAN Zong-rong, YU Qiu-ying

(Wuyi University, Wuyi, Fujian 354300, China)

**Abstract:** Through selecting the guesthouses in Nanyuanling Village and taking as sample the network evaluation from the net Xiecheng Tourism Network in the use of the content mining software-ROST CM 6, extracting information including 3 first-rate indicators and 13 secondary indicators, the results are obtained after analyzing information of the sample. At last, the paper put forward some suggestions to improve the quality of the guesthouses' services in Wuyi Mountain.

**Keywords:** network evaluation; service quality; content analysis; rural gusethouse

2016年3月,国家发展改革委员会提出持续发展共享经济,鼓励个人闲置资源有效利用,有序发展民宿出租。随之民宿数量得到迅猛的增加,尤其是在乡村,农民利用自家的房屋做民宿猛增,市场竞争愈发激烈。以优质的服务质量吸引顾客,取得竞争优势,成为乡村民宿经营的关键。顾客是酒店服务质量最重要的评价者,在新媒体快速发展之下,越来越多的顾客选择消费之后在网络上进行乡村民宿服务质量评价。因此,网络评价可作为服务质量评价的可靠依据,为乡村民宿管理者提供重要指导。

### 一、文献回顾

网络点评是顾客消费之后口碑宣传的一种表现形式,学者Bickart、Schindler(2001)认为在线评论是一种新兴的市场现象,已成为一种日益流行和重要的产品信息和渠道,在消费者购买决策中扮演着

越来越重要的角色,在业界和新闻媒体中引起了相当的关注<sup>[1]</sup>。Godes、Mayzlin(2004)提出,企业对在线讨论的观察成本和收集成本较低,可以作为产品口碑及质量的一个有效测量方法<sup>[2]</sup>。Zhilin Yang(2004)通过网络上的740条评论,对在线服务质量与顾客满意关系进行了研究<sup>[3]</sup>。Sylvain Senecal、Jacques nNantel(2004)运用归因理论,探讨负面在线评论产生的效益,研究发现如果消费者认为负面信息是因为评论者主观的原因而产生,对被评论品牌的评价就会上升,具有很强连贯性、较低的针对性和较少共识的负面评论也会使消费者对品牌的评价上升<sup>[4]</sup>。国内学者对在线评论的研究起步较晚,但在概念、特点等<sup>[5-8]</sup>方面也有所发展。随着研究的不断深入,学者们研究呈现多元化。雷晶(2015)通过实证检验发现,负面点评和主观评价型的点评信息对消费者行为意向的影响要强于正面点评和客观事实型点评信息<sup>[9]</sup>。刘云霞、尹寿兵(2016)以宏

收稿日期:2018-12-27

基金项目:福建省中青年骨干教师教育科研项目(JAS150602);国家社科基金一般项目(15BZX050)。

作者简介:张庆(1986—),男,福建漳州人,硕士研究生,讲师,研究方向为旅游安全、旅游管理。

村家庭旅馆为研究对象,采用文本分析方法,从情感倾向、体验要素和旅游感知方面研究游客在家庭旅馆中的体验过程和结果<sup>[10]</sup>。高静(2015)以杭州西湖、厦门鼓浪屿、上海外滩3个城市滨水的在线评论为样本,应用质性与量化的研究方法,探讨旅游目的地品牌个性,并提出新的旅游目的地形象测量方式<sup>[11]</sup>。

服务质量包含两个方面的内容,即服务与质量,服务是一种满足活动,而服务质量则是活动能够满足顾客的程度与顾客预期之间的差距。酒店服务质量是企业的核心竞争力,是学者们关注的焦点。刘大中(2015)以本土度假酒店为切入点并对其存在的服务质量管理问题进行了分析与建议<sup>[12]</sup>。姜红娟(2015)从顾客感知对在线旅游服务质量进行深入实证分析<sup>[13]</sup>。张凤(2016)通过网络口碑对广州本地动物景区服务质量展开深入探讨<sup>[14]</sup>。丁于思,肖轶楠(2014)从服务产品、服务传递和服务环境三个维度,建立了酒店服务质量的指标<sup>[15]</sup>。

民宿作为住宿业新的非标准形态,其服务质量也受到学者们的关注<sup>[16]</sup>。从总体上来看,国内有关民宿研究较少,研究内容主要集中于民宿概念界定、民宿发现现状,研究方法以描述性研究和解释性研究为主,研究不深入,尤其在乡村民宿这块,相关研究较少。本文从网络点评的角度出发,以武夷山南源岭乡村民宿为研究对象,基于网络点评信息为样本,采用Rost ContentMing6软件进行高频词提取和数据分析,探讨乡村民宿服务质量,并针对分析结论提出建议,以期对乡村民宿经营发展提供指导和借鉴。

## 二、研究样本和指标体系构建

### (一)研究样本选取

研究以武夷山南源岭乡村民宿为研究对象,携程网是当地乡村民宿经营者在线预订的最大合作伙伴,顾客评价信息数量最多,因此本文从携程网上收集顾客网站评价,为研究提供了丰富的信息。根据系统抽样方法,选取其中有代表性的30家乡村民宿。网络点评均是顾客消费后的评价,保证研究样本的可信度。由于网络的评论是随时更新的,为保障样本有效性,研究截取了携程网2016年4月至2017年3月这一时间段的30家乡村民宿顾客评价数据作为依据。经过筛选、剔除重复评论或无效评论,共获得有效评价2200条。

### (二)服务质量内容评价体系

本文根据第一部分文献回顾中参考酒店服务

质量相关文献,考虑乡村民宿经营管理特点,结合点评文本分析结果,按照总体评价、硬件、软件等三个方面来构建乡村民宿服务质量文本分析体系,设置一级指标:总体评价、软件服务、硬件服务;对应二级指标:性价比、地理位置、卫生评价、安全评价、设备齐全、设施质量、装修装饰、房间舒适度、隔音、个性化服务、主客互动、服务态度,如表1所示。在各项指标评分中,采用李克特编码五级量表法对评价体系量表的指标进行编码,对评论原文所表达的关注点和感知情况进行划分,即由很差到很好分为五级,打分为1~5分。

表1 乡村民宿服务质量文本分析体系

一级指标	类别	二级指标
总体评价	性价比评价	1.性价比评价
	位置评价	2.位置评价
	卫生状况	3.卫生状况
	安全状况	4.安全状况
硬件设备	设施设备	5.房间设施设备齐全
	装饰装修	6.房间装修特色
	房间	7.房间舒适度
	床	8.床舒适度
	隔音	9.隔音效果
	卫生	10.卫生状况
软件服务	个性化服务	11.民宿主动提供接送等个性化服务情况
	主客互动	12.老板主动、热情
	服务态度	13.老板服务态度

各指标具体的得分由评判员根据网络评论内容给出,以“服务质量”为例子,根据顾客对乡村民宿网络评论原句判断,可以对其意思进行五级归类:①失望,很不喜欢,不怎么样;②差,不喜欢,不太好,不满意;③一般,可以接受,差不多;④挺(较)好,挺(较)喜欢,挺(较)满意,不错;⑤很喜欢,非常满意,很不错。表2所展示的为评论原句及分析打分的情况。

## 三、数据分析

### (一)总体评价的描述性分析

根据总体评价评分结果可以看出(表3),顾客对南源岭乡村民宿总体评价均值为3.36~4.14,顾客对各项指标的满意度不高。软件服务指标得分为4.14,所有指标里面得分最高,大部分顾客认为南源岭乡村民宿服务水平较好。同时软件服务评论出现总频次数占总评论的38%,说明顾客对软件服务指标的关注程度较高。安全总体评价平均分最低,分值只有3.36,在五级量表打分中,分数4分及4分以下的低分率高达80%,多数顾客认为乡村

表2 编码体系

序号	样本评价例子	编码标准	指标打分
1	房间干净整洁,环境幽雅,老板老板娘待人热情真诚,有车子接送,服务周到,孩子们非常满意,如果下次再来,还会选择住这里!	出现了“非常满意”“热情真诚”“周到”等主观表达的词语,且带有修饰性形容词。	5分
2	据说设施是附近所有民居中最好的,这一点应该是真实准确的,服务也热情,能够主动为游客介绍旅游路线,满意!美中不足的是客房卫生服务稍有懈怠。	“美中不足”词表现住客心里较满意,仍有余地	4分
3	我连续住了四晚了,还要住三晚。觉得还是蛮合算的,闹中取静,很好的地方。干净,卫生,方便。以后还会再来的,也会为朋友介绍的。	在语句中用“蛮合算”形容	3分
4	门坏了关不上,价格有点高,床小了点。	表现了服务质量有待改善	2分
5	名不符实,标明5星豪华酒店(只是价格在国庆节期间达到了)。民宿经理说卫生间洁具按照五星级标准配置(实际上卫生间洗澡积水严重,马桶也冲水不干净,整个感觉就是一个客栈而已。	“名不副实”“积水严重”表现了顾客住宿过程并不满意且语句强烈	1分

表3 南源岭乡村民宿总体评价结果

项目	性价比	地理位置	卫生状况	安全状况	软件服务	硬件设备
均值	3.8	4.06	3.93	3.36	4.14	3.77
总频次	655	2247	2059	515	5513	3595
标准差	1.125 42	1.053 33	0.956 16	1.176 54	1.110 28	0.972 92
低分率/%	69	58	67	80	48	73

民宿安全问题需要进一步改进。

## (二)硬件设备评价的描述性分析

在对硬件设备评价分析中,顾客对乡村民宿房间关注度最高,尤其是房间整洁度、卫生状况,而满意度一般;在整体环境舒适程度得分最高,其次是装修特色,意味着顾客对整体环境的舒适度比较认可;床、隔音效果等硬件条件关注低,顾客满意程度参差不齐。

## (三)软件服务评价的描述性分析

顾客对软件服务三项评价指标整体被提及的次数高于硬件设备评价体系,符合乡村民宿产品经营的特点。其中,最受关注的是“主客互动”和“服务态度”,两项均值得分均高于4,处于满意和很满意之间;个性化服务所占比重为14%,受关注程度一般,均值得分为3.91,顾客对武夷山南源岭乡村民宿的个性化服务还算满意。总体来讲,顾客对软件服务各项指标关注度较高,但满意度不是很高,还需进一步提升。

## (四)推荐率

在评价总条数中,“推荐入住”“下次还会选择”

的比例为33.32%,说明顾客对乡村民宿的总体满意度较高,愿意在客观评价的基础上将酒店推荐给他人。评论的回复率13.29%,说明民宿经营者对于顾客网络评价的重视程度不够。

## 四、结论与建议

### (一)结论

(1)从总体评价数据分析中可以看出,乡村民宿顾客对地理位置比较满意,整体环境较好,交通较为方便。卫生状况居满意度第二位,证明民宿的卫生状况总体算好。在性价比方面顾客认为部分乡村民宿的性价比不高,主要因为顾客认为价格偏高,特别是假期民宿价格与所提供的产品不匹配。安全状况是武夷山南源岭乡村民宿最为欠缺的部分,但同时也是比较不受顾客重视的部分。

(2)在硬件设备上得分较低,结合网络评论以及现场考察发现,武夷山南源岭乡村民宿周边环境干净、整洁、清幽,靠近景区和公交站台。在设施设备上一些顾客反映乡村民宿内房间和床铺略小、客房卫生间设施陈旧、房间隔音较差、房间空调效果不佳以及客房衣架不足等民宿设施设备配备不齐全,质量上存在问题。

(3)乡村民宿的软件服务水平得分是所有指标里面得分最高的,表明武夷山南源岭乡村民宿的服务水平得到了极大部分顾客的认同。乡村民宿经营者对待民宿住客都是热情接待、服务周到细心。但是也有极少部分顾客表明乡村民宿经营者解决突发事件不够迅速,服务效率没有达到乡村民宿顾客较高的认同感。

### (二)建议

#### 1. 注重安全状况

安全作为游客的首要保障,武夷山南源岭乡村要努力克服由于自身的各方面问题,包括整体的管理以及农民自身的安全意识不足等,也包括邀请相关的规划公司进行民宿安全专项规划,邀请专家学者对各民宿业主进行安全教育培训等,进一步提高整个南源岭民宿的安全状况。同时,更加注重民宿的性价比,在假期满房繁忙的时候,为游客提供比平时更好更周到的服务,让游客觉得即便假期价格偏高,但是享受到的服务也是比较高,总体性价比较好。

#### 2. 改造升级硬件设施设备

在乡村民宿硬件设施设备上,应该加强乡村民宿区整体规划,完善配套的公共服务设施设备;加强乡村民宿设施设备的维护保养管理,确保服务设施设备的质量。对于住店顾客反映的卫生间设施

陈旧、房间隔音较差等问题,结合乡村民宿经营成本承受能力范围内,采取措施进行积极改造,比如对于卫生间里损坏的马桶盖或陈旧的设施进行更换,隔音较差的房间应适当加一些隔音板,提升房间隔音效果等。

### 3. 注重乡村民宿经营者的培训

应该对乡村民宿经营者和相关工作人员定期举行专业培训,提升他们的专业素养以及解决突发事件的能力。同时乡村民宿经营者可以在民宿内部营造属于自己独特的民宿文化,把满足顾客合理需求作为自己的职责。同时在服务过程中要学会换位思考,提升自己的服务水平。民宿相关协会与

业主之间可以进行协商制定完善的乡村民宿服务质量管理制度,确保提升乡村民宿服务质量各项措施工作落实到位。

乡村民宿业主以及经营者要善于沟通、尊重、了解顾客、倾听顾客的特殊需求以提供个性化的服务。并且要学会注重小细节、用心服务、灵活服务、超前服务、意外服务等,在住店客人需要特殊帮助时,为其提供及时、准确的帮助,加深客人对民宿的印象。同时要对民宿经营者和民宿相关工作人员进行定期的专业培训,也可以组织他们积极参与相关的专业知识讲座,提升他们的专业能力、服务水平和接待能力。

#### 参考文献:

- [1] BICKART, SCHINDIER. The Effects of Incentives; Satisfaction and Tie Strengthen Word-of-Mouth Behaviour [J]. International Journal of Service Industry Management, 2001,13(02): 141-162.
- [2] GODES, D., MAYZLIN, D. Using Online Conversations to Study Word of Mouth Communication [J]. Marketing Science, 2004, 23(4):545-560.
- [3] FUE ZENGA, ZUOHAO Hub, RONG CHENB, *et al.* Determinants of online service satisfaction and their impacts on behavior intentions [J]. Total Quality Management, 2009, 20(9):953-969.
- [4] Sylvain Senecal, Jacques Nantel. The influence of online product recommendations on consumers' online choices [J]. Journal of Retailing, 2004(80):159-169.
- [5] 李迎君. 酒店网络评论发展中存在的问题及对策 [J]. 老区建设, 2013(16):89-95.
- [6] 林先杰. 在线评论有用性影响因素研究 [D]. 广州: 华南理工大学, 2014.
- [7] 刘伏英, 邓亚. 大数据时代网络差评对顾客购买行为影响研究 [J]. 江苏商论, 2016(2):25-28.
- [8] 张建成. 基于在线商品评论的消费者满意度和认知研究 [D]. 宁波: 宁波大学, 2012.
- [9] 雷晶, 李霞. 在线点评对消费者行为意向影响的实证检验 [J]. 统计与决策, 2015(18):117-121.
- [10] 刘云霞, 尹寿兵. 基于网络点评的宏村家庭旅馆游客体验分析 [J]. 安徽工业大学学报(社会科学版), 2016, 33(6):44-46.
- [11] 高静. 基于旅游者网络点评分析的旅游目的地品牌个性研究——以城市滨水旅游目的地为例 [J]. 北京第二外国语学院学报, 2015, 37(1):50-59.
- [12] 刘大中. 度假酒店服务质量管理改进研究 [D]. 吉林: 吉林大学, 2015.
- [13] 姜红娟. 在线旅游顾客感知服务质量研究 [D]. 济南: 山东大学, 2015.
- [14] 张凤. 基于网络口碑的广州长隆野生动物世界旅游服务质量研究 [D]. 株洲: 中南林业科技大学, 2016.
- [15] 丁于思, 肖轶楠. 五星级酒店服务质量评价指标体系研究: 基于网络点评内容分析 [J]. 消费经济, 2014, 30(6): 64-69.
- [16] CHEN C, CHEN S, LEE H. Interrelationships between Physical Environment Quality, Personal Interaction Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions in Relation to Customer Loyalty: The Case of Kinmen Bed and Breakfast Industry [J]. Asia Pacific Journal of Tourism Research, 2013, 18(3):262-287.