

以游客满意度为基础的民俗旅游产品开发 ——模糊综合评价法

——以湘西自治州为例

邓峰^{1,2}, 曾天雄²

(1. 厦门大学 管理学院, 福建 厦门 361005; 2. 湘南学院 经济与管理系, 湖南 郴州 423000)

[摘要] 游客满意度的测评方法进行了概括和总结, 在回顾以往研究经验的基础上选择了多层次模糊综合评价模型。根据模型设计出调查问卷, 在湘西自治州进行实地调查, 之后运用多层次模糊综合评价方法对问卷调查的数据进行计算, 对湘西自治州民俗旅游开发的影响因子作出了相关评价, 希望对当地民俗旅游开发起到一定的指导作用。

[关键词] 游客; 满意度; 民俗旅游; 模糊综合评价法

[中图分类号] F294.1 **[文献标志码]** A

[文章编号] 1673-9272(2011)04-0092-04

民俗旅游是一种高层次的文化旅游, 以其鲜明的民俗品格、浓烈的原始韵味、厚重的历史氛围、独特的文化内涵、显著的地域差距、欢快的生活情调及丰富多彩的表现形式, 对中外旅游者产生巨大的诱惑力和感召力, 成为当今旅游的一大热点。随着各地民俗游的兴起, 民俗游市场的竞争也变得日趋激烈, 笔者认为, 各地民俗游的内容各有千秋, 很难说谁高谁低, 因此, 从某种意义上讲, 各地在这一方面的优势都不会十分明显, 所以获得市场竞争力的关键就落在了提高服务质量, 增加游客满意度上, 只有在充分了解游客满意度影响因素的前提下, 有关单位和部门才能采取相应的措施进行处理, 才能使民俗旅游得到一个长期的、稳定的发展

一、国内游客满意度测评体系研究

国内进行研究游客满意度测评体系的学者有: 如连漪、汪侠根据旅游业 6 大要素特点运用费耐尔(Fornell 教授的顾客满意度指数理论, 构建了旅游地顾客满意度指数测评的因果模型(Tourism Destination Customer Satisfaction Index, 简称 TDCSI)和旅游地顾客满意度测评指标体系^[1]。董观志等学者认为, 游客满意度的测评体系由三个评价层次构成, 每个层次下属又有不同的指标项目。第一层次为游客的总体满意度; 第二层次包括旅游业的六大要素以及旅游地服务、设施及形象等合计九个指标; 第三层次是评价因子层。并运用模糊综合评价法建立了测评游客满意度的数学模型^[2]。王群、丁祖荣等基于美国顾客满意度指数(ACSI)模型, 分析旅游环境感知、旅游期望、游览价值、游客满意度、游客忠诚和游客抱怨 6 大影响因素, 在此基础上建立了旅游环境游客满意度指数(TSI)测评模型^[3]。

(一) 模糊综合评价方法

模糊综合评价方法(Fuzzy Comprehensive Evaluation, FCE)源于运筹学的模糊化处理, 是应用模糊关系合成的特性, 对被评价事物从多个因素、多个指标的隶属等级状况进行综合性评判的一种方法。首先对被评价事物的变化区间做出划分, 然后对

各因素所属等级程度做出分析^[3]。

(二) 评价指标体系建立

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。根据以往对顾客满意度文献的研究总结, 从价值以及顾客满意度的影响因素方面考虑, 旅游景区游客满意度评价指标体系就从 3 个层次的指标项目来分析: 第一评价层次(I)为游客总体满意度指标项目; 第二评价层次(II)为项目层指标, 包括旅游六大要素以及服务、设施等 8 个指标; 第三评价层次(III)为评价因子层指标项目, 是对第二层次指标进行分解后的满意度指标项目^[4]。心理学家经过长期研究分析总结出, 比较事物的几个方面时, 心理学的极限时 7 ± 2 个项目, 因此在对评价指标体系进行设计时, 尽可能将每一层次的项目数量控制在 5-9 个^[3]。

按照上述设计思路, 构建了如图 1 所示的游客满意度测评指标体系。

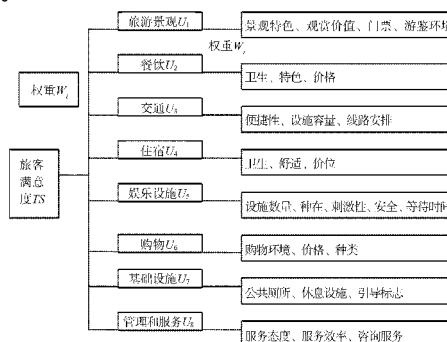


图1 游客满意度测评指标体系

在上图中, U 代表项目层指标项目, U_{ij} 代表第 i 个项目层指标的 j 个因子指标, W 代表第 i 个项目层指标的重要性权数。 W_{ij} 代表第 i 个项目指标的 j 个测评因子指标对该项目指标的重要性权数。

[收稿日期] 2011-03-12

[作者简介] 邓峰(1978-), 女, 湖南郴州人, 湘南学院经济与管理系讲师, 厦门大学管理学院硕士研究生, 研究方向: 旅游基础理论研究。

[通讯作者] 曾天雄(1963-), 男, 湖南永兴人, 湘南学院经济与管理系教授, 博士, 硕士生导师, 研究方向: 旅游管理。

(三) 指标权重值的确定

对于评价项目层指标 U_i 的重要性权重 W_i 的确定, 本模型采用对比排序法, 让游客从 8 个因子中依次选出最重要的 5 个, 据此赋予分值。然后根据每个因子得分占所有因子总得分的比重, 得出权重, 即:

$$W_i = \frac{\sum_{j=1}^n U_{ij}}{\sum_{j=1}^m \sum_{i=1}^n U_{ij}} \quad (1)$$

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

式中 i 表示第 i 名评价者; j 表示第 j 个评价因子; U_{ij} 表示第 i 名评价者对第 j 个评价因子排位而得的分数; n 为评价者数目, 即有效样本容量; m 表示评价因子数, 在本次调查中等于 8; W_i 为第 i 个评价因子的权重。 N 表示评价因子层所含评价因子数目。

赋分原则是: 排在第一位 1 次得 5 分 ($U = 5$), 第二位 1 次得 4 分 ($U_{ij} = 4$) 依此类推, 排在第五位 1 次得 1 分 ($U = 1$)。

具体方法为:

$$W_{ij} = \frac{\sum_{k=1}^5 M_{ijk} N_{kl}}{\sum_{i=1}^p \sum_{k=1}^5 M_{ijk} N_{kl}} \quad (3)$$

$$\sum_{i=1}^p W_{ij} = 1 (j = 1, 2, \dots, p) \quad (4)$$

式中 M_{ijk} 表示游客对评价因子层指标 U 获得的评分。其中, ($k = 1, 2 \dots 5$), N_{kl} 表示有效样本容量当中对评价因子层指标 U 选择 M_{ijk} 分值的人数。 P 表示第 i 个评价项目层中所含评价因子的个数。

二、游客满意度的模糊综合评价

1. 一级模糊综合评价方法

一级模糊综合评价 采用模糊综合评价时, 第一层指标使用项目层指标, 第二层指标使用因子层指标, 一级模糊综合评价按照第二层次诸指标进行分析。假设评价对象为第二层次中的因素 U_{ij} , 同时该因素的评价隶属度设为 R_{ijk} (例如, 在抽样调查 30 人中, 评价值为 5 分的有 6 人, 得出很满意的隶属度是 0.2); 我们将表 3-5 中项目层的旅游景观的评价因子层作为例子, 构建出第二层次因素评价矩阵: 就如这个矩阵中第二行的值代表第一层次指标(旅游景观)的评价因子(观赏价值)的评价隶属度^[4]。得出因子 U 的一级模糊综合评价矩阵是:

$$R_1 = \begin{bmatrix} R_{111} & R_{112} & R_{113} & R_{114} & R_{115} \\ R_{123} & R_{123} & R_{123} & R_{124} & R_{125} \\ R_{131} & R_{132} & R_{133} & R_{134} & R_{135} \\ R_{141} & R_{142} & R_{143} & R_{144} & R_{145} \end{bmatrix} \quad (5)$$

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 的以及模糊综合评价矩阵为:

$$B_1 = W_1 \cdot R_1 \quad (6)$$

式中 $W_1 = (W_{11}, W_{12}, W_{13}, W_{14})$, $W_{11}, W_{12}, W_{13}, W_{14}$ 分别表示景观特色、观赏价值、门票价格、游览环境等因子在旅游景观的满意度评价中的重要性程度, 并且它们的加权值为 1。以此类推, 建立在测评体系上的一级模糊综合评价集是:

$$B_i = W_i \cdot R_i \quad (7)$$

2. 二级模糊综合评价

将第二层次的因素 U 作为一个元素, 将它的单因素评判隶属度矩阵设为 B , 则

$$B_i = (B_{i1}, B_{i2}, B_{i3}, B_{i4}, B_{i5}) \quad (8)$$

式中 $i = 1, 2, 3 \dots 8$, 构建第一层次因素评价矩阵 R ,

R 就是集合 $U = \{U_1, U_2, U_3, U_4, U_5, U_6, U_7, U_8\}$ 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

$$W = \{W_1, W_2, W_3, W_4, W_5, W_6, W_7, W_8\} \quad (10)$$

于是第二级综合评价

$$Y = W \cdot R, Y = \{Y_1, Y_2, Y_3, Y_4, Y_5, Y_6, Y_7, Y_8\} \quad (11)$$

式中, $Y = (i = 1, 2, 3, 4, 5)$ 代表游客满意度为 U 的隶属度。

则游客满意度最后综合得分表示为

$$S = H \cdot Y \quad (12)$$

式中 H 代表游客满意度评价集中(非常满意, 较满意, 一般, 较不满意, 不满意)相对应的标度数值 (5, 4, 3, 2, 1)。

三、湘西自治州民俗游游客满意度调查

(一) 调查问卷设计

1. 调查方法

本项研究采用实地调查法, 以发放问卷方式获取原始资料与信息。问卷通过李克特量表等级标度法获得被调查游客对问题的回答, 对上节中所构建游客满意度评价模型中评价项目层及因子层, 分别进行了“重要性”和“满意度”两方面评分。在“重要性”和“满意度”的评价方面, 按照“非常重要”、“重要”、“一般”、“不重要”、“非常不重要”和“非常满意”、“较满意”、“一般”、“较不满意”、“不满意”的评定顺序, 分别赋值 5、4、3、2、1。

2. 调查问卷内容

调查问卷一方面调查游客的背景资料, 以便了解客源市场状况; 另一方面考察了游客的满意度评价, 以便进一步解目前开发中的优点与不足。根据研究的目的, 调查问卷包括四部分内容: 一是游客的背景资料; 二是游客决策形成的相关过程; 三是游客的满意度评价; 四是游客的忠诚度测度。

(二) 调查结果分析

1. 游客基本情况分析

本次问卷共发放 260 份, 回收 245 份, 有效率达到 94%, 保证了分析结论的可靠性。

表 1 被调查游客的基本情况

项目	分类	频数	所占百分比/%	项目	分类	频数	所占百分比/%	
性别	男性	121	49.4	年龄	18 岁以下	35	14.3	
	女性	124	50.6		18-30 岁	112	45.7	
受教育程度	中学以下	7	2.9		31-40 岁	53	21.6	
	中学或中专	25	10.2		41-50 岁	22	9.0	
	大专	84	34.3		51-60 岁	16	6.5	
	本科	121	49.4		60 岁以上	7	2.9	
	硕士及以上	8	3.2		来自地区	天津	49	20.0
职业	政府机关职员	24	9.8			河北	65	26.5
	事业单位职员	35	14.3			东北	51	20.8
	企业职员	37	15.1			山东山西	16	6.5
	个体户	26	10.6	河南安徽		14	5.7	
	教师	35	14.3	西北		6	2.8	
	学生	30	12.2	西南		7	3.0	
	自由职业者	27	11.0	沪苏杭		8	3.3	
	农民	5	2.0	闽粤		7	3.0	
	科研人员	4	1.7	湖南湖北		9	3.7	
	军人/警察	9	3.7	云贵川	5	2.0		
离退休人员	6	2.4	其他	8	3.3			
其他职业者	7	2.9	家庭结构	未婚或单身	53	21.7		
家庭月收入	1000 元以下	4		1.7	二人世界	64	26.1	
	1000-2000 元	46		18.8	与父母同住	49	20.0	
	2000-3000 元	98		40.0	有 18 岁以下子女	56	22.9	
	3000-5000 元	76		31.0	有 18 岁以上子女	23	9.3	
	5000 元以上	21	8.5	旅游天数	1 天	203	90.9	
旅游次数	1 次	175	71.4		2 天	11	7.5	
	2 次	53	21.6		3 天及 3 天以上	4	1.6	
	3 次及 3 次以上	17	7.0					

表 2 项目层权数分析

编号	项目层 U_i	位次被选择数					因子总分	权数 W_i (%)
		第一位	第二位	第三位	第四位	第五位		
1	旅游景观	71	67	31	16	3	751	20.4
2	餐饮	13	28	20	20	36	313	8.5
3	交通	4	10	28	33	63	273	7.4
4	住宿	31	25	42	44	22	491	13.4
5	娱乐设施	121	96	64	22	8	1233	33.5
6	购物	3	12	32	49	36	293	8.0
7	基础设施	2	6	19	46	22	205	5.5
8	管理和服务	0	3	8	15	55	121	3.3

2. 指标权重的测算

由上表可得出目标层 U 所包含的项目层各项目的指标权重集为 $W = \{W_1, W_2, W_3, W_4, W_5, W_6, W_7, W_8\} = (0.204, 0.085, 0.074, 0.134, 0.335, 0.080, 0.055, 0.033)$

表 3 评价因子层权数分析

项目层 U_i	评价因子 U_{ij}	重要性得分					因子得分	权数 W_i (%)
		非常重要	重要	一般	不重要	非常不重要		
旅游景观	景观特色	114	83	37	11	0	1035	26.0
	观赏价值	112	96	24	13	0	1024	25.8
	门票	117	99	18	11	0	1057	24.4
	游览环境	93	113	24	15	0	1019	23.9
餐饮	卫生	114	83	37	11	0	1035	33.0
	特色	112	96	24	13	0	1042	33.2
	价格	117	99	18	11	0	1057	33.7
交通	便捷性	19	43	86	81	10	709	28.9
	设施容量	38	57	65	73	12	731	29.8
	线路安排	98	97	32	18	0	1010	41.2
住宿	卫生	106	94	32	13	0	1054	36.3
	舒适	92	91	57	4	0	999	34.3
	价格	53	81	76	35	0	852	29.3
娱乐设施	设施数量	54	59	64	48	20	814	19.2
	种类	31	37	89	79	9	727	17.4
	安全	113	111	21	0	0	1072	25.2
	刺激性	39	41	43	112	10	722	17.0
	等待时间	17	64	52	50	2	899	21.2
购物	购物环境	83	74	67	21	0	933	35.4
	价格	38	42	55	91	19	724	27.5
	种类	88	94	35	28	0	979	37.1
基础设施	公共厕所	101	91	41	6	0	1028	35.1
	休息设施	89	18	52	16	20	889	30.4
	引导标志	98	91	44	12	0	1010	34.5
管理和服务	服务态度	104	99	39	3	0	1036	37.5
	服务效率	102	96	31	16	0	1019	36.9
	咨询服务	21	73	89	97	12	710	25.7

由上图可分别得出项目层各项目所包含的因子的权重集如下。

$$W_1 = (W_{11}, W_{12}, W_{13}, W_{14}) = (0.260, 0.258, 0.244, 0.239)$$

$$W_2 = (W_{21}, W_{22}, W_{23}) = (0.330, 0.332, 0.337)$$

$$W_3 = (W_{31}, W_{32}, W_{33}) = (0.289, 0.298, 0.412)$$

$$W_4 = (W_{41}, W_{42}, W_{43}) = (0.363, 0.343, 0.293)$$

$$W_5 = (W_{51}, W_{52}, W_{53}, W_{54}, W_{55}) = (0.192, 0.17, 0.252, 0.170, 0.212)$$

$$W_6 = (W_{61}, W_{62}, W_{63}) = (0.354, 0.275, 0.371)$$

$$W_7 = (W_{71}, W_{72}, W_{73}) = (0.351, 0.304, 0.345)$$

$$W_8 = (W_{81}, W_{82}, W_{83}) = (0.375, 0.369, 0.257)$$

3. 游客满意度的一级模糊综合评价

对游客满意度调查问卷所获得的数据进行初步分析, 得出评价因子层各因子的隶属度值, 如表 4 所示:

表 4 评价因子层隶属度及满意度

项目层 U_i	评价因子 U_{ij}	重要性得分					满意度 S_{ij}
		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)	
旅游景观	景观特色	0.12	0.23	0.37	0.21	0.07	3.12
	观赏价值	0.16	0.19	0.24	0.33	0.08	3.02
	门票	0.07	0.21	0.32	0.39	0.01	2.94
	游览环境	0.08	0.19	0.34	0.36	0.03	2.93
餐饮	卫生	0.03	0.24	0.31	0.36	0.06	2.82
	特色	0.04	0.33	0.37	0.24	0.02	3.13
交通	价格	0.11	0.27	0.33	0.25	0.04	3.16
	便捷性	0.18	0.30	0.23	0.22	0.07	3.30
	设施容量	0.09	0.25	0.36	0.27	0.03	3.10
住宿	线路安排	0.06	0.17	0.29	0.23	0.15	2.46
	卫生	0.13	0.23	0.31	0.24	0.09	3.07
	舒适	0.17	0.37	0.26	0.12	0.08	3.44
	价格	0.14	0.35	0.22	0.27	0.02	3.32
娱乐设施	设施数量	0.01	0.29	0.24	0.38	0.08	3.36
	种类	0.03	0.24	0.25	0.39	0.09	2.73
	安全	0.12	0.33	0.35	0.19	0.01	2.77
	刺激性	0.07	0.21	0.40	0.29	0.03	3.00
	等待时间	0.04	0.27	0.28	0.31	0.10	2.84
购物	购物环境	0.06	0.21	0.18	0.38	0.17	2.81
	价格	0.03	0.26	0.31	0.29	0.11	2.61
基础设施	种类	0.09	0.36	0.24	0.27	0.04	3.19
	公共厕所	0.03	0.26	0.29	0.34	0.08	2.82
	休息设施	0.01	0.21	0.24	0.41	0.13	2.56
管理和服务	引导标志	0.09	0.18	0.33	0.29	0.11	2.85
	服务态度	0.16	0.34	0.27	0.22	0.01	3.42
	服务效率	0.14	0.36	0.28	0.19	0.03	3.39
咨询服务	咨询服务	0.13	0.35	0.17	0.28	0.07	3.19

按照上节所述的多层次模糊评价模型的方法, 可以求得第一层目标层即旅游景观层 U 的一级模糊综合评价矩阵:

$$B_1 = W_1 \cdot R_1 = [W_{11}, W_{12}, W_{13}, W_{14}]$$

$$\begin{bmatrix} R_{111} & R_{112} & R_{113} & R_{114} & R_{115} \\ R_{121} & R_{122} & R_{123} & R_{124} & R_{125} \\ R_{131} & R_{132} & R_{133} & R_{134} & R_{135} \\ R_{141} & R_{142} & R_{143} & R_{144} & R_{145} \end{bmatrix}$$

$$= [0.260, 0.258, 0.244, 0.239]$$

$$\begin{bmatrix} 0.12 & 0.23 & 0.37 & 0.21 & 0.07 \\ 0.16 & 0.19 & 0.24 & 0.33 & 0.08 \\ 0.07 & 0.21 & 0.32 & 0.39 & 0.01 \\ 0.08 & 0.19 & 0.34 & 0.36 & 0.03 \end{bmatrix}$$

$$= (0.1092, 0.3403, 0.2120, 0.0521)$$

同理可求得:

$$B_2 = (0.0701, 0.2350, 0.2578, 0.3113, 0.1258)$$

$$B_3 = (0.0376, 0.1858, 0.1464, 0.4274, 0.2028)$$

$$B_4 = (0.0444, 0.3480, 0.2936, 0.2236, 0.0904)$$

$$B_5 = (0.0529, 0.1408, 0.2596, 0.4196, 0.1271)$$

$$B_6 = (0.0116, 0.3316, 0.2374, 0.2768, 0.1426)$$

$$B_7 = (0.0049, 0.1268, 0.3289, 0.4203, 0.1191)$$

$$B_8 = (0.0116, 0.1316, 0.2374, 0.4768, 0.1426)$$

游客对于项目层各项目 U_i 的满意度 $S_i = B_i H$, H 代表游客满意度评价集中(非常满意, 较满意, 一般, 较不满意, 不满意)相对应的标度数值(5, 4, 3, 2, 1)。因此可分别求得各项目的游客满意度如下:

$$U_1 = (0.1092, 0.3403, 0.3364, 0.2120, 0.0521) \begin{matrix} 5 \\ 4 \\ 3 \\ 2 \\ 1 \end{matrix}$$

同理可求得:

$$U_2 = 3.8123, U_3 = 2.428, U_4 = 4.0324, U_5 = 3.5728, U_6 = 3.7928, U_7 = 3.4781, U_8 = 2.3928$$

按照从大到小的顺序 $U_4 > U_2 > U_6 > U_1 > U_5 > U_7 > U_3 > U_8$

4. 游客满意度的二级模糊综合评价

$$Y = W \cdot R = (W_1, W_2, W_3, W_4, W_5, W_6, W_7, W_8) \{ B_1, B_2, B_3, B_4, B_5, B_6, B_7, B_8 \}^T$$

$$= (0.204, 0.085, 0.074, 0.134, 0.335, 0.080, 0.055, 0.033)$$

$$\begin{bmatrix} 0.1092 & 0.2403 & 0.3364 & 0.3120 & 0.0521 \\ 0.0701 & 0.2350 & 0.2578 & 0.3113 & 0.1258 \\ 0.0444 & 0.3480 & 0.2936 & 0.2236 & 0.0904 \\ 0.0529 & 0.1408 & 0.2596 & 0.4196 & 0.1271 \\ 0.0116 & 0.3316 & 0.2374 & 0.2768 & 0.1426 \\ 0.0376 & 0.1858 & 0.1464 & 0.4274 & 0.2028 \\ 0.0049 & 0.1268 & 0.3289 & 0.4203 & 0.1191 \\ 0.0116 & 0.1316 & 0.2374 & 0.4768 & 0.1426 \end{bmatrix}$$

$$= [0.149, 0.277, 0.216, 0.175, 0.183]$$

游客总体满意度为 $S = Y \cdot H$ 。因此可求得:

$$S = Y \cdot H = [0.149, 0.277, 0.216, 0.175, 0.186] \begin{matrix} 5 \\ 4 \\ 3 \\ 2 \\ 1 \end{matrix}$$

$$= 3.218$$

四、评价结果分析

(一) 项目层各评价因子游客满意度得分分析

从评价结果来看,游客对旅游景观的各项因子的满意度分值差别不大,而且所得分值并不高,在景区环境这一因子略低于其他三个因子。这种情况的原因很可能是游客在景区游览时,更多的关注与景区的游乐设施,而对景观的关注度相对较低。景区内部分地区的景观环境受到破坏之后很容易影响游客心中的景区整体形象。调查所暴露出来的问题说明湘西自治州在景观特色、景观观赏价值等方面都有很大的提高余地,而游客满意度相对较低的游览环境则需要重点进行优化。

对于餐饮项目层而言,游客对于卫生因子的满意度得分明显低于特色及价格两项,而卫生因子的权重又是大于其他两项,游客对餐饮卫生的评价较低的主要原因可能是由于景区内餐饮管理相对不严,没能及时的为游客提供干净的就餐环境所致。因此,景区在餐饮方面应当着重进行卫生方面的改造,提高餐厅环境卫生、做好员工的个人卫生等方面的工作。

交通方面,便捷性和设施容量因子的满意度得分相对较高,在线路安排因子方面得分较低。游客得出这样结论的一个原因是因为景区团队游客占多,他们从出发地到进入自治州旅游中心这段路程通常都由旅行社安排,因此不用自己去费精力想,因此得分相对高。线路安排因子得分较低也说明了内部道路组织、公共交通方式的选择和配备方面仍然不能让游客感到满意,景区应当提出一定的改进措施。

住宿方面,考虑到此次调查问卷所调查的游客选择游玩时

间大多为1天,他们对于该选项的选择具有很大的模糊性,仅从最后所得的满意度得分上来看,卫生状况仍然是满意度最低的一项,因此需要景区对于该园区内的宾馆多进行卫生质量提升方面的工作,以获得游客的更多认同感和满意度。

游客对设施数量及刺激性两项的满意度相对较高,说明娱乐设施的数量能够较好的满足游客的需求,同时娱乐设施的刺激惊险程度也能比较符合游客的口味;游客对种类和安全方面的得分相对较低,这说明游客希望能够玩到更多各种不同类型的娱乐设施,景区可以考虑再引进新型的民俗游乐设施。安全性方面得分较低的原因应该是游客对与游乐设施的安全非常重视,因此,景区在设施安全方面的工作应当更多的是做好设备的检修,随时发现并关停存在问题的设备,来确保游客的安全。

在旅游购物方面,游客对于购物环境和旅游纪念品种类这两个因子的满意度得分相对较高,而对于旅游纪念品价格则满意度较低,形成这种结果的原因除了旅游纪念品的实际价格较高之外,还有一个原因就是,游客本能的希望通过他填问卷的过程,从而对未来的实际价格产生向下的作用的心理,从而为游客争取到更多的利益。

旅游基础设施各项因子的游客满意度得分普遍较低,这说明虽然景区经过了多年的发展,但基础设施的建设仍然不能完全满足游客的需求。尤其是在休息设施的数量及位置方面,仍然有很大的改进空间。同时旅游厕所的数量及卫生程度也要进行提高。景区内游客引导标志的设立还不够科学,应该在更加系统的研究游客在园区内游览路线方式的前提下,进行合理的设置,同时也要注意引导标志本身的美观性及易懂性。

虽然管理和服务项目层的得分较其他几个项目而言相对较高,但同时也发现,其得分仍然处于较满意度程度,因此,景区对员工的服务态度、服务效率等方面还要进行培训,以提高其实际的工作能力,同时,景区要为游客提供更多、更加人性化的咨询服务,以满足游客的需求。

(二) 景区项目层游客满意度得分分析

通过观察 $B_1 \sim B_8$ 的值,根据最大隶属度原则,一级评判里综合评价等级为“较满意”的只有 B_2 和 B_4 ,综合评价等级均为“一般”的占了6个项目层指标,很明显湘西自治州民俗旅游的游客满意度综合评价等级为“一般”,显然该景区的游客满意度综合评价等级为“一般”。通过游客总体满意度 S 值的计算得出 $S = 3.218$ 也可以看出,游客总体满意度水平不高,仅仅属于“一般”的等级。

游客对景区各项目的满意度最高的依次为,住宿、餐饮、购物、旅游景观、游乐设施、基础设施、交通、管理和服务。这充分说明了自治州在住宿、餐饮等方面的所获得的游客满意度要比其他项目层的高,但是考虑其得分,我们发现即使是游客满意度最高的这两项仍然处于评价等级的较满意位置,因此仍然有很大的改进空间。而其他项目,尤其是管理和服务、基础设施等方面则需要下大力气来进行提高。

就目前的实际情况来看,自治州目前急需改进的项目为旅游景观、基础设施、管理和服务,持续改进的项目为餐饮和住宿。需要继续改进的项目为娱乐设施和旅游购物,而后续改进的项目是交通。

[参考文献]

[1] 连漪,汪侠. 旅游地顾客满意度测评指标体系的研究及应用[J]. 旅游学刊, 2004, (5): 9-13.

(下转至第107页)

本义说法。虽然这样的说解也缺少文献资料佐证,但也是符合目前文字学界的一致看法的。高鸿缙在《中国字例》当中也认为“八”的本义为“分”。

因此,通过我们的研究,我们觉得《说文》八部字中的分,尪,曾,尚,𠄎,等部内字应该入选此列。其它的六个字则需要另行归部了。

不过,需要特别说明的是“詹”字。尽管“詹”字义为“对处于危险中的人以说话提醒警告之”,但在考释分析“詹”字的过程中,还是注意到了部件“八”的作用,所以,从广义上来看,“詹”是可以入选此列的,但如果要准确地对“詹”字进行归部的话,笔者还是觉得“詹”字归入言部更为贴切。

许慎之所以会在八部归部问题上出现值得商榷的说解,主要是因为他没有也不可能看到上述诸字小篆以前的甲金文形体,当然也不排除他的一些个人主观因素。我们今天能够看到更多的文字形体及可资参考的出土文献,因此,我们才能够将这些考释意义与许慎说解有差异的文字罗列于此。一则可以正文字之本义,二则可以借此作更深入的研究。

值得申明的是,对于许慎的八部归部之局限,我们采取严谨的学术态度做一些订正不代表我们对许慎功劳的否认。许慎能够在当时极其有限的条件下首创汉字部首并据以说解汉字本

义,这本身就是一件了不起的事情。一个从无到有的伟大发明最初存在一些缺陷也是情理之中的。所以,总体来说,许慎依然不愧是我国伟大的文字学鼻祖。

[参考文献]

- [1] 许慎. 说文解字[M]. 北京:中华书局,1963.
- [2] 段玉裁. 说文解字注[M]. 上海:上海古籍出版社,1981.
- [3] 朱骏声. 说文通训定声[M]. 北京:中华书局,1984.
- [4] 杨树达. 积微居小学金石论丛[M]. 北京:中华书局,1983.
- [5] 徐山. 释“詹”. 天中学刊[J]. 2005, (12): 29- 31.
- [6] 于省吾. 甲骨文字释林(全)[M]. 台北:大通书局,1981.
- [7] 董莲池. 说文解字考正[M]. 北京:作家出版社,2005.
- [8] 谷衍奎. 汉语同源字典[M]. 北京:华夏出版社,2006.
- [9] 徐中舒. 甲骨文字典[M]. 成都:四川辞书出版社,1989.
- [10] 崔恒昇. 简明甲骨文字典[M]. 合肥:安徽教育出版社,2001.
- [11] 于省吾. 甲骨文字诂林(第二册)[M]. 北京:中华书局,1996.
- [12] 赵平安. 说文小篆研究[M]. 南宁:广西教育出版社,1999.
- [13] 于省吾. 古文文字诂林[M]. 北京:中华书局,1981.
- [14] 容庚编著,张振林,马国权摹补. 金文编[M]. 北京:中华书局影印,1985.
- [15] 程邦雄. 孙诒让文字学之研究[D]. 华东师范大学,2004.

[本文编校:杨 灿]

Researches (Part Two) of Radicals of Ba (八) in Shuowenjiezi

CHENG Han-lin¹, ZHENG Yuan²

(1. College of Political Science and Law, Central South University of Forestry & Technology, Changsha 410004, Hunan, China;

2. Confucius Institute, China National Office for Teaching Chinese as a Foreign Language, Beijing 100088, China)

Abstract: The theory of radicals in Shuowenjiezi initiated by Xushen is a great creation. However, his theory and the classification of radicals are not reasoned and unassailable truths. The radicals of Ba (八) in Shuowenjiezi is only a typical example which needs to be discussed. We have re-examined all the ancient Chinese characters in radicals of Ba (八) in Shuowenjiezi through inspecting all the ancient Chinese character's forms in the Oracle Bone Inscriptions, the Inscriptions on Ancient Bronze Objects, and the characters of Warring States. We have found that there are some mistakes in the radicals of Ba (八) in Shuowenjiezi. Specifically speaking, some characters, such as zhan(詹), jie(介), *(), gong(公), bi(必), yu(余), and so on, in the radicals of Ba (八) in Shuowenjiezi could not be classified into the radicals of Ba (八) as the relations between their original meanings and character Ba's (八) are not so closely related.

Key words: Xushen; Shuowenjiezi; radicals Ba (八); the Oracle Bone Inscriptions; the Inscriptions on Ancient Bronze Objects

(上接第95页)

[2] 董观志,杨凤影. 旅游景区游客满意度测评体系研究[J]. 旅游学刊, 2005, (1): 27- 30.

北京第二外国语学院学报, 2010, (5): 24- 30.

[3] 王群,丁祖荣,章景河. 旅游环境游客满意度的指数测评模型[J]. 地理研究, 2006, (1): 171- 181.

[本文编校:杨 灿]

[4] 夏令,任黎秀. 游客满意度差异研究及评价因子的验证分析[J].

Fuzzy Comprehensive Evaluation: Ethnic Tourism Development Based on the Tourist Satisfaction of in Western Hunan Autonomous Prefecture

DENG Feng^{1,2}, ZENG Tian-xiong²

(1. School of Management, Xiamen University, Xiamen 361005, Fujian, China;

2. Economics and Management Department, Xiangnan University, Chenzhou 423000, Hunan, China)

Abstract: Summarizing the tourist satisfaction degree evaluation method, the paper adopts the multi-level fuzzy quality synthetic evaluation model based on the review of former studies. The survey made on the model is applied in the western Hunan autonomous prefecture. Afterwards, the multi-level fuzzy quality synthetic evaluation method is used to calculate the questionnaire survey data, making the related appraisal to the influence factor, which is expected to guide the development of local ethnic tourism.

Key words: tourists; satisfaction; folk custom tours; Fuzzy Comprehensive Evaluation