

青少年户外体育营地服务质量评价体系研究

李琳琳^{1,2}, 刘一民¹

(1. 曲阜师范大学 体育科学学院, 山东 曲阜 273165; 2. 山东体育学院 运动休闲学院, 山东 济南 250102)

摘要: 依据 SERVPERF 模型理论, 沿着从“理论到实践再到理论”的生成顺序, 系统梳理青少年户外体育营地服务质量内涵及其评价理论的生成逻辑。采用文献资料、访谈、观察等质性研究方法, 围绕营地服务特点挖掘与内容满意度生成预试问卷; 通过探索性因子分析、验证性因子分析以及 Cronbach α 系数和折半信度等量化研究, 验证模型的信效度, 最终形成由有形性、响应性、可靠性、保证性、移情性和教育性等 6 个维度 27 个指标构成的青少年户外营地服务质量评价体系。研究表明, 教育性服务是营地服务的核心, 是营员最为重视认可且需求迫切的服务内容, 为业内为何将青少年营地称为“营地教育”提供理论支撑; 移情性服务关注个性服务和特色服务, 是破解营地产品同质化的有效抓手; 而保证性服务体现营员对营地的信任与忠诚, 是改善营地产品重购率低的根本。该评价体系可有效促进营地服务质量改进与提升, 丰富营地服务质量管理理论, 同时也为营地供给侧改革提供思路与方法, 为规范营地市场、推动营地行业科学健康持续发展提供实践指导。

关键词: 户外运动; 户外体育营地; 服务质量; 结构方程模型; 评价体系; 青少年
中图分类号: G804.34 **文献标志码:** A **文章编号:** 1006-7116(2022)05-0069-09

Study on evaluation system of service quality of teenagers' outdoor sports camps

LI Linlin^{1,2}, LIU Yimin¹

(1.School of Sports Science, Qufu Normal University, Qufu 273165, China;

2.School of Sports and Leisure, Shandong Sport University, Jinan 250102, China)

Abstract: Based on the theory of SERVPERF model and following "theory-practice-theory" the generation sequence, the research systematically sorts out the connotation of service quality of adolescent outdoor sports camps and the generation logic and characteristic mining of its evaluation theory. In this study, qualitative research methods such as literature, interview and observation were used to generate pretest questionnaires centering on the characteristics and contents of camp services, then through exploratory factor analysis and confirmatory factor analysis, Cronbach's coefficient and reliability of quantitative research, to verify the reliability and validity of the scale, and finally formed by the tangibility, reliability, responsiveness, assurance, empathy and educational, namely six dimensions include 27 indicators for service quality evaluation system of teenagers' outdoor sports camps. This study shows that the educational service is the core of camp service and is the most recognized and urgently needed service content for campers, providing theoretical support for why their camps are called "camp education" in the industry. The empathy service focuses on personalized service and characteristic service, which is an effective way to crack the homogenization of camp products. The assurance service reflects the campers' trust and loyalty to the camp, which is the fundamental way to improve the low repurchase rate of camp products. The evaluation system

收稿日期: 2022-03-03

基金项目: 国家社会科学基金项目(16BTY002); 山东省高等学校人文社会科学研究项目(J15WF29);

山东省高校人文社会科学研究基地(13RWSKJD07); 山东体育学院健身休闲产业教学科研训练创新团队。

作者简介: 李琳琳(1980-), 女, 副教授, 硕士生导师, 博士研究生, 研究方向: 体育人文社会学。E-mail: lilinlin@sdpei.edu.cn

通信作者: 刘一民

can effectively promote the improvement and promotion of camp service quality, enriches the camp service quality management theory. At the same time, it also provides ideas and methods for the camp supply reform, and provides practical guidance for standardizing the camp industry market and promoting the scientific, healthy and sustainable development of the camp industry.

Keywords: outdoor sports; outdoor sports camps; service quality; structural equation model; evaluation system; teenagers

近年来受产业政策影响,以教育、旅游、户外、地产等为代表的行业机构蜂拥而至,大量社会资本涌入中国营地产业。教育部、国家体育总局、共青团中央、国家旅游局、国家森林局等部门纷纷从各自工作范畴开展营地建设工作,各级各类营地如雨后春笋般应运而生,中国也被誉为世界上营地行业发展最快的国家。目前中国现有各级各类青少年营地约 1 500 个,每年为 3 000 万青少年提供服务;营地及其教育服务机构成立 10 年以上的仅占 13%;市场渗透率约为 15%,一线城市略高,达 30%左右。参照国际经验,美国建有 1.2 万个营地,每年为 1 000 万青少年提供服务;俄罗斯建有 5.5 万个营地,每年为 600 万青少年提供服务;许多发达国家营地市场渗透率高达 90%。考虑到青少年人口基数,2018 年全国中小学在校学生约 1.87 亿,是美国的 3 倍,俄罗斯的 7 倍,可见我国青少年营地市场需求空间巨大。

青少年户外体育营地是指按照一定建设管理标准,配备相应服务设施,依托自然资源,围绕户外教育、生态教育、自然教育、农耕教育、国防教育、生活教育等主题活动,通过户外运动、拓展训练、军事训练、动植物鉴赏、农耕体验、手工制作、科普考察、文艺表演等课程内容,使青少年获得视觉、听觉、触觉、味觉、嗅觉、直觉等多元感官体验的综合性体育活动场所。在营地,一切服务都以营员利益为中心,以满足营员需求、提供满意服务为宗旨,涉及教育服务、休闲娱乐服务和生活服务等内容。其中教育服务是营地服务的核心和主旋律,是通过营地课程得以实施和体现,并以传授营员户外技能,普及和发展户外运动为使命。它依托户外时空二元场景,营造教与学的理想境界,通过与营员的多维互动实现跨学科融合教育,极其契合现代素质教育理念。青少年户外体育营地服务质量是指营员通过营地服务体验所感知的营地服务绩效,是营员对营地提供服务质量水平优劣的一种评价,即营地服务质量等于营员感知绩效,用 $SQ=P$ 来表示。营地服务质量的感知是一个动态过程,是服务提供者和营员在互动过程中形成的,具有主观性、难以解释、结构模糊的特点。为此,适时提出对我国青少年户外体育营地开展服务质量评价体系

研究极具时代价值与现实意义,可有效推进营地服务标准化、规范化发展,促进营地服务质量改进与提升,丰富营地服务质量管理理论;同时也为营地供给侧改革提供思路方法,为规范营地市场、推动营地行业科学健康持续发展提供实践指导。

通过文献检索发现,有关营地服务质量评价体系的文献仅 4 篇,大体沿两种思路进行:一是处于主流的基于 SERVQUAL 模型开展的变异性研究^[1],如 Costa 等^[2]在 PZB 的 10 维度基础上作减法建立运动营服务质量评价体系,张秀^[3]和温美玲^[4]在 SERVQUAL 模型 5 维度基础上作加法分别建立汽车露营地和帐篷露营地的服务质量评价体系;二是相对小众的基于行业或领域自身特点开展的原创性研究,如 KIM 和 Yoon^[5]对韩国京畿道露营地服务质量评价体系研究。考虑青少年户外体育营地性质,同时因为 SERVQUAL 模型中当服务完成后对评价主体的期望进行测度是不科学的^[6],会导致顾客将以前服务经历的影响带入期望中,从而削弱差异比较法的说服力^[7]。为此,本研究拟采用无差异评价法在 SERVQUAL 模型基础上优化的 SERVPERF 模型建构营地服务质量评价理论。

1 研究对象与方法

采用文献、访谈、观察等质性研究,依据 SERVPERF 模型,沿着从“理论到实践、再到理论”的生成顺序展开。首先,通过文献资料分析、专家咨询对提问内容与方式进行调整,以便应对青少年营员对营地服务质量认知处于表象阶段,难于概念化的现实困境;通过对 176 名营员的半结构式访谈,适当追问以获得其内心深层想法,系统梳理青少年户外体育营地服务质量内涵。其次,通过对 23 名营地从业者的深度访谈,挖掘营地服务的共性与个性特征;通过对营员和从业者的焦点小组访谈,全面了解营员服务需求与营地服务供给间的对应关系,从顾客感知视角对营地行业的服务特性和服务内容进行梳理;再通过专家访谈与问卷形成初始评价指标体系。最后,采用探索性因子分析、验证性因子分析以及 Cronbach α 系数和折半信度等量化研究,从营员感知视角探索营地服务质量评价体系的结构与内容,获得评价模型与量表。

2 青少年户外体育营地服务质量评价指标初拟过程

营地行业与其他服务行业对服务质量的认知和理解是基本一致的。尽管 SERVPERF 模型中有有形性、保证性、可靠性、响应性、移情性等指标可作为营地基础性服务,分别从服务设施、服务保障、服务承诺、服务响应、服务个性化等不同侧面反映营地服务内容,但仅反映服务业共性特征,无法有效反映营地行业的特性。

2.1 营地服务特性挖掘:体验性和教育性

通常,服务质量管理强调服务过程和服务效果。营员根据其所经历的服务过程体验和所获得的服务效用来感知营地服务质量,一般由功能质量和技术质量构成。其中,功能质量侧重营地服务过程评价,是营员与营地服务提供者发生服务接触中感知的服务绩效,强调营地服务的体验感,如服务是否满意、是否快乐等;技术质量侧重营地服务产出评价,是营员在营地服务过程中获得的实际产出绩效,强调营地服务的效果,如能力是否提升、技能是否增强等。也就是说,营地服务特性中的体验性和教育性正是营员对不同类型营地服务质量的感知所致,依次体现了功能质量和技术质量两个维度。

1)体验性:一种以体验式服务与体验式消费相融合的经济形态。

当前,中国正经历从服务经济向体验经济的过渡^[9]。体验作为第4种经济提供物,从服务中分离出来,就像服务曾经从商品中分出来那样。营员在购买营地服务时,所购买的是服务部门创造出的体验,服务与体验是等同起来的^[9-10]。营员的体验无法完全与营地产品和营地服务分离,体验只不过是服务的一种形态而已^[11]。

产品是实体的,服务是无形的,而体验是难忘的。营员真正想要获得的不是营地产品,而是满意的营地体验。在消费体验中,营员的想象和怀旧扮演着重要角色。产品和服务都是提供给顾客的问题解决方案,而体验没有给顾客留下任何有形的东西,却在顾客的脑海里留下了抹不去的美好回忆^[12]。只有当营员在情绪、体力、智力乃至精神达到某一水平时,意识便会产生美好感觉,使营员以个性化的方式参与营地活动之中。它发生在营地有意识地服务过程中,致力于为营员创造难忘事件的时刻^[13]。

体验视角认为消费是一种精神上的现象,是消费者的一种主观状态,关心消费的象征意义、享乐反应以及美学标准^[14]。营地服务强调服务体验,关注营员在体验功能上的要求^[15]。体验不是简单地对外部感觉的消极接收,或对一个事件或情景的主观精神解释,

确切地说是关注心理和情感的需求,注重质量、强度、意义和价值。

2)教育性:一种以体验式教育与体验式学习相融合的教育形态。

户外教育是营地教育的重要形式,是以体验教育理论为基础而形成的,以营地教育服务为核心的产品形态,关注青少年生理、心理、知识以及综合素养的发展。该产品与研学旅行和游学产品相比,教育属性所占比重高达80%以上。它有别于学校教育和家庭教育,改变了传统课堂的认知式、填鸭式教育方式,是一种“先行后知”、注重体验的教育方式。营员通过户外运动参与,完成自我发现、自我认知、自我建构的教育过程。

美国学者 Dale 的“经验塔”理论为营地教育及其学习效果提供了重要数据和理论支撑^[16]。研究发现“行动学习”的记忆保持率最高,达90%。当人们使用感性学习方式时,学习效果最好^[17]。知觉学习方式是基于感觉的,与资源互动的感官渠道越多,学生从中学学习的机会就越大^[18]。户外场景为营员提供了一个主动学习环境,使他们在自然环境中放松学习,在做中学、在学中做,利用实践体验与反馈机制感受主动学习的乐趣,其教育方法和效果的先进性是不言而喻的。

体验式学习注重个体学习过程,而不是简单关注学习结果。在营地,体验式学习通常按照“体验活动→表达分享→反思感悟→联系思考→学习应用”的内化流程而开展。营员在自然环境中参与各种富有挑战性、创造性、娱乐性和教育意义的户外运动项目,通过领导力培训以及自然环境的熏陶,与队友分享表达活动体验,不断反思感悟,再通过已有知识迁移进行联系思考,内化为新知,完成学习应用。

2.2 模型维度逻辑认同:仅教育性可增设为青少年户外体育营地服务质量评价维度

为了有效把握青少年户外体育营地服务特征,处理好教育性、体验性与基础性服务间是否存在因果、包含或交叉等关系具有重要意义。

1)教育性服务与体验性服务间的关系讨论。

教育性和体验性作为营地服务的2个特殊属性,两者相互依存、相交互融。营地是开展体验性教育的综合场所。在营地,教育即体验,体验即教育。但对于营地服务而言,教育性服务始终是营地服务中最为重要的内容,其核心地位是无法替代的。教育性是营地服务最为本质的核心属性,是营地服务区别于其他服务的重要特性。营地通过系列主题教育活动体验,使营员感知营地服务质量。体验性虽贯穿营地活动过程的始终,但常以方法或手段的身份出现,如营地开

展体验性教育, 营员参与体验性学习; 营地提供体验性服务, 营员开展体验性消费。不难看出, 体验性既是营地教育特性, 也是营地服务特性。教育性和体验性之间存在交叉重复关系, 两者不能同时存在, 但教育性表现出更好的适用性。

2) 教育性服务与基础性服务间的关系讨论。

教育性是营地服务的根本属性, 侧重营地课程服务, 强调教育过程和教育效果, 是营地教育性服务在功能质量和技术质量上的综合反映。在营地, 服务的重要内容就是开展教育活动。营地通过有形性、保证性、可靠性、响应性和移情性等服务内容, 有效保障教育性服务的实施。教育性虽与基础性服务之间在服务过程中存在交叉、重叠, 但其教育效果是不容替代的。为了保证教育性服务与基础性服务在概念范畴上不发生交叉重复现象, 研究将教育性服务的内涵与范畴局限在教育效果上, 这样既可反映营地服务的特殊性, 又可体现营地服务质量的特殊性, 同时又可作为基础性服务的有效补充。

3) 体验性服务与基础性服务间的关系讨论。

体验性贯穿整个营地服务, 强调体验过程和体验效果, 是营地体验性服务在功能质量和技术质量上的综合反映。营员通过营地服务体验, 感知营地服务质量。营员认为, 营区内的生活设施配备条件, 营地服务的态度、应变能力、工作效率, 以及营员的个性化需求都是极为重要的, 这一切都是建立在服务体验的基础上。体验的过程反映在营地服务的基础性服务上, 体验的效果反映在营地服务质量水平的感知评价上。可见, 体验性服务与营地的基础性服务之间存在交叉重复的关系, 不适宜作为营地服务质量的评价内容。

综上所述, 研究认为营地的有形性、保证性、可靠性、响应性、移情性和教育性 6 个维度可作为青少年户外体育营地服务质量评价维度的关键性指标。6 个维度从不同侧面反映青少年户外体育营地的服务过程和服务效果; 新增教育性维度既是功能质量, 也是技术质量。

2.3 模型结构内容向度: 青少年户外体育营地服务质量评价指标初设

首先, 基于前期逻辑梳理与分析, 与专家进行面对面访谈, 征求其对维度构成的意见。专家一致认同本研究的逻辑推理, 认为初拟指标体系由 6 个维度构成, 除了具有服务行业的有形性、保证性、可靠性、响应性、移情性等共性特征外, 还具有独特的教育性服务特性, 并通过服务设施、服务保证、服务承诺、服务响应、服务个性化、服务课程等内容呈现。其中, 新增的教育性维度属于技术质量, 倾向于服务效果。

教育性服务是营地的核心服务, 是通过营地课程的形式传递的一种有目的、有意义的教育性活动。而体验性维度与有形性、保证性、可靠性、响应性、移情性维度间确实存在交叉关系, 不适宜作为系统维度构成。同时, 征求专家对各个维度的内涵认知, 认为 SERVPERF 原始量表涉及的维度能够很好地解析青少年对户外体育营地服务质量感知, 并建议教育性维度的设置应涵盖营员的生理发展、心理发展、知识技能, 以及以创新能力和社会能力为代表的综合能力素养的发展, 这一提法与教育关注人的全面发展理论相契合。

综合前期研究与专家意见, 青少年户外体育营地服务质量评价体系各维度具体内涵如下: (1) 有形性服务, 是指营地服务产品的“有形部分”, 通过有形元素向营员展示的服务质量, 多为营地硬件设施建设投入, 如交通道路条件、餐饮住宿条件、设施设备条件及服务人员的着装等有形载体; (2) 可靠性服务, 是指营地准确无误地完成所承诺的服务, 反映营地在服务表现上的一惯性与可信程度, 如承诺履行、帮助协调、准确程度等内容; (3) 响应性服务, 是指营地随时准备愿意为营员提供快捷、高效的服务, 意味着营地应适时提供其所承诺的服务, 并在时间观念和服务意愿上给予良好表现; (4) 保证性服务, 是指营地及其工作人员的胜任力, 可增强营员对营地的信任与忠诚。胜任力不仅表现在工作人员的业务能力和职业素养等方面, 还表现在众多服务间的衔接与流畅性等方面; (5) 移情性服务, 是指营地要真诚地关心营员, 了解他们的实际需要, 使整个服务过程富有“人情味”, 根据营员的需求程度、优先程度给予个性服务和特色服务; (6) 教育性服务, 是指营地对营员个体发展产生的影响, 关注营地服务的教育产出, 反映了营地服务的教育效果与教育价值, 并通过营员的生理、心理、知识和综合素养的指标变换而体现。

然后, 再次邀请专家对初始指标体系的维度和题项进行问卷确认。研究中, 考虑到评价主体年龄、知识、文化程度偏低的特点, 降低语言表达难度, 注意言语措辞, 使题项尽可能口语化、生活化, 表述简单、易于理解, 进而提高初始指标体系的结构与内容效度。对 SERVPERF 原始量表涉及的有形性、可靠性、响应性、保证性和移情性 5 个维度对应的题项进行青少年户外体育营地的适宜性转换, 同时从生理、心理、知识和创新能力和社会能力 5 个方面设计教育性维度题项, 这样便形成了 27 个题项的指标初拟体系。在对营员的访谈与观察中发现, 他们对 SERVPERF 原始量表中反向设计的题项理解难度较大, 为了提高题项测试的稳定性和准确性, 故将全部题项指标设计为正向提

问。研究选取教育学、休闲学、统计学、营地管理与营地教育等 5 位专家, 他们对青少年户外体育营地极为了解, 对营地服务质量研究与管理有着丰富经验和

深刻认知。经专家问卷后, 最终形成由 6 个维度 27 个题项构成的青少年户外体育营地服务质量评价初拟指标体系(见表 1)。

表 1 青少年户外体育营地服务质量评价初拟指标体系的维度及其题项

维度	维度内涵	题号	题项	SERVPERF 量表题项及设置依据
有形性	是指营地服务产品的“有形部分”, 如各种设施、设备及服务人员的着装等	QY ₁	营地基础设施齐全、先进	有现代化的服务设施
		QY ₂	营地基础设施具有吸引力	服务设施具有吸引力
		QY ₃	营地员工着装统一、大方得体	员工有整洁的服装和外套
		QY ₄	营地设施功能与课程内容科学合理	公司的设施与他们所提供的服务相匹配
可靠性	是指营地准确无误完成所承诺的服务	QY ₅	营地承诺的事情能及时完成	公司向顾客承诺的事情都能及时完成
		QY ₆	营员遇到困难时, 营地员工能表现出关心与帮助	顾客遇到困难时, 能表现出关心并帮助
		QY ₇	营地提供服务专业, 是可靠的	公司是可靠的
		QY ₈	营地能准时地提供所承诺的服务	能准时地提供所承诺的服务
		QY ₉	营地正确记录相关信息	正确记录相关的信息
		QY ₁₀	营地员工能够及时回应营员, 提供服务	期望他们提供及时的服务是不现实的
响应性	是指营地随时准备愿意为营员提供快捷、高效的服务	QY ₁₁	营地员工愿意帮助营员	员工并不总是愿意帮助顾客
		QY ₁₂	营地会告知提供服务的准确时间	不能指望他们告诉顾客提供服务的准时时间
		QY ₁₃	营地员工即使忙碌, 也会即刻提供服务	员工因为太忙一直与无法立即提供服务, 满足顾客的需求
保证性	是指营地及其工作人员的胜任力, 可增强营员对营地的信任与忠诚	QY ₁₄	营地员工是值得信赖的	员工是值得信赖的
		QY ₁₅	营地会提供安全、放心的服务	在从事交易时, 顾客会感到放心
		QY ₁₆	营地员工是礼貌的	员工是礼貌的
		QY ₁₇	营地员工互相配合, 提供满意的服务	员工可以从公司得到适当的支持, 以提供更好的服务
移情性	是指营地要真诚地关心营员, 了解他们的实际需要, 使整个服务过程富有“人情味”	QY ₁₈	营地可以提供个性化服务	公司不会针对顾客提供个别的服务
		QY ₁₉	营地优先考虑营员的利益	公司没有优先考虑顾客的利益
		QY ₂₀	营地提供的服务时间可以满足所有营员的需求	公司提供的服务时间不能符合所有顾客的需求
		QY ₂₁	营地能够给予营员个别的关心	员工不会给与顾客个别的关心
		QY ₂₂	营地员工了解营员的需求	不能期望员工了解顾客的需求
教育性	是指营地课程对人的发展产生的影响, 关注营地教育的效果	QY ₂₃	营地活动可促进身体的生长发育	生理
		QY ₂₄	营地活动可培养良好的心理品质, 促进个性形成	心理
		QY ₂₅	营地活动可培养创新思维和领导力	创新能力
		QY ₂₆	营地活动可增长知识, 开拓视野	知识
		QY ₂₇	营地活动可培养社会认知、社会适应、社会交往等能力	社会能力

3 青少年户外体育营地服务质量预试问卷生成与数据收集整理

首先, 根据初拟指标体系采用 Likert9 级量表对预试问卷进行赋值, 1~9 代表营地服务质量评价水平, 数值越大表示评价越高, 如 1 分代表非常不满意, 9 分代表非常满意。研究采取分层整群随机抽样原则, 选取山东省济南市历下实验小学、历元学校、济南外国语学校、泉城中学 4 所学校的 5~8 年级有过营地经历的学生进行问卷调查, 共计发放问卷 1 099 份, 回收问卷 1 076 份, 回收率 97.91%; 删除数据库中存在异常

值及错误值的数据, 最终获取有效问卷 994 份, 有效率 92.38%。

4 青少年户外体育营地服务质量评价指标筛选过程

4.1 指标筛选原则

1) 提取因子原则。首先选取特征值大于 1 的因子作为公因子; 其次在因子特征值突然断裂处选取公因子; 再次因子累积方差贡献率大于 60%。当提取因子的条件满足的越多, 系统结构与内容的效度越高, 效

果也越好。

2)题项筛选原则。将因子载荷量定在 0.6 以上,以提高量表在结构与内容上的效度。题项筛选的原则主要有删除多重载荷,且因子载荷量较高的题项;删除载荷低于 0.6、共同度小的题项;删除同一因子中,含义不同、差异较大的题项;删除题项少于 3 的因子;删除无法命名的因子等。

3)因子命名原则。首先根据旋转成分矩阵,参照前期研究归纳的理论构想,针对预试问卷中的因子名称而命名;其次根据公因子中因子载荷量较高题项所隐含的意义命名;最后根据同一因子所包含题项的同质性进行命名,要求公因子下各题项所要测量的特质相同。

4.2 预试问卷的效度检验

1)探索性因子分析。

研究采用 SPSS 20.0 进行探索性因子分析,以找出影响观测变量的因子个数,以及各个因子和各个观测变量之间的相关程度,试图揭示评价体系的内在结构。首先,预试问卷的 KMO 值为 $0.959 > 0.9$,表明相关变量非常适合作因子分析,能够极佳地解释变量间关系。Bartlett 球形检验的近似卡方值为 37 347.271,自由度为 351,相应的概率 Sig 值为 0.000, $P < 0.01$,达到统计学上的非常显著性水平。Bartlett 球形检验拒绝相关系数矩阵不是单元矩阵的假设,说明各题项之间是存在相关性的,适合做因子分析。

其次,采用主成份分析法,通过最大方差正交旋转法,按照特征值大于 1、因子载荷大于 0.6 的标准可成功提取 6 个公因子,旋转平方和载入后各因子特征值按照由大到小的顺序依次为 4.203、4.121、4.093、3.840、3.750、3.746,各因子累积方差贡献率为 87.975%,说明因子数量与结构非常理想。从第 7 个因子开始,初始特征值出现突然断裂现象,说明提取 6 个公因子进行因子分析较为合理、可靠。

再次从表 2 可知,旋转成份矩阵中 6 个公因子下各题项排列分布与质性研究中设定的因子指标构成一致,故采用质性研究中因子命名对生成因子进行排序,即教育性 > 移情性 > 可靠性 > 有形性 > 响应性 > 保证性;所有题项都表现出较好的因子载荷能力,不存在在两因子共同载荷的情况,同时题项与公因子之间关系度较高。仅 QY₉题项因子载荷量为 0.632,与同因子下其他题项间出现断层,共同度相对较小,但数值是可接受的。

随后,围绕题项 QY₉的删除或保留进行讨论。删除题项后进行第 2 次探索性因子分析,KMO 值由 0.959 变为 0.956, Bartlett 球形检验的近似卡方值由 37 347.271

变为 36 398.129,显著性概率值 Sig.为 0.000,均达到非常显著水平,仍然非常适合作因子分析;累积解释总方差由 87.975%变为 88.883%,略有提升,因此剔除是合理的。旋转平方和载入后各因子特征值排序发生变化,由原来的教育性 > 移情性 > 可靠性 > 有形性 > 响应性 > 保证性,变为教育性 > 移情性 > 有形性 > 响应性 > 保证性 > 可靠性,可见教育性和移情性维度的重要程度始终不可撼动,但可靠性维度因子贡献率发生大幅变化,由第 3 位降至第 6 位。观测表 3 可知,QY₉题项的均值和标准差为 (0.74 ± 2.25) ,在所涉众多指标中均值最小、稳定性最差,这与走访时发现的国内绝大多数营地缺乏相关信息记录的质性研究结果相吻合,可见这是导致该题项因子载荷量较低、共同度较小的主要缘由。鉴于现实中该维度指标符合大数据时代发展需要,有助于客户维护和管理,对于课程和营员的 2 次开发亦具有重要意义。因此,本研究保留 QY₉题项,不予作删除处理;最终,探索性因子分析结果与初拟指标体系一致。

表 2 青少年户外体育营地服务质量因子分析的旋转成份矩阵 a¹⁾

题号	成份					
	1	2	3	4	5	6
QY ₁				0.838		
QY ₂				0.844		
QY ₃				0.854		
QY ₄				0.847		
QY ₅			0.804			
QY ₆			0.860			
QY ₇			0.838			
QY ₈			0.831			
QY ₉			0.632			
QY ₁₀					0.829	
QY ₁₁					0.834	
QY ₁₂					0.838	
QY ₁₃					0.835	
QY ₁₄						0.829
QY ₁₅						0.826
QY ₁₆						0.828
QY ₁₇						0.840
QY ₁₈		0.751				
QY ₁₉		0.755				
QY ₂₀		0.777				
QY ₂₁		0.772				
QY ₂₂		0.735				
QY ₂₃	0.759					
QY ₂₄	0.810					
QY ₂₅	0.790					
QY ₂₆	0.788					
QY ₂₇	0.765					

1)提取方法:主成份。旋转法:具有 Kaiser 标准化的正交旋转法。a.旋转在 7 次迭代后收敛

表 3 青少年户外体育营地服务质量预试问卷题项均值与标准差的描述性统计

题号	均值	标准偏差
QY ₁	7.81	1.938
QY ₂	8.04	1.792
QY ₃	8.13	1.740
QY ₄	7.98	1.952
QY ₅	8.09	1.621
QY ₆	8.21	1.711
QY ₇	8.14	1.678
QY ₈	8.08	1.712
QY ₉	7.43	2.252
QY ₁₀	8.45	1.377
QY ₁₁	8.48	1.346
QY ₁₂	8.43	1.366
QY ₁₃	8.41	1.346
QY ₁₄	8.44	1.273
QY ₁₅	8.43	1.284
QY ₁₆	8.28	1.441
QY ₁₇	8.38	1.328
QY ₁₈	7.74	1.975
QY ₁₉	7.90	1.889
QY ₂₀	7.76	1.990
QY ₂₁	7.79	1.972
QY ₂₂	7.82	1.956
QY ₂₃	8.24	1.667
QY ₂₄	8.30	1.601
QY ₂₅	8.23	1.588
QY ₂₆	8.39	1.459
QY ₂₇	8.34	1.539

2)验证性因子分析。

研究采用 AMOS 21.0 进行验证性因子分析, 采用最大似然法估计模型, 对测量数据进行验证性因子分析。如图 1 所示, 27 个测量指标收敛于 6 个因子, 具有较高负载, 每项指标均达到要求, 验证因子分析模型与量表数据的匹配情况较好, 说明该模型成立。

观测预试量表的收敛效率, 评价模型中有形性、可靠性、响应性、保证性、移情性和教育性 6 个因子的 AVE 值分别为 0.857、0.745、0.908、0.930、0.791、0.856; CR 值分别为 0.960、0.935、0.975、0.981、0.950、0.968。对照结构方程模型拟合评价标准, 模型 AVE 值均 > 0.5, CR 值均 > 0.7, 说明评价模型数据拟合基本符合要求, 具有优秀的聚合效率。同时, 6 个因子的 AVE 平方根依次为 0.926、0.863、0.953、0.964、0.889、0.925, 均大于 6 个因子之间的相关系数值, 说明评价模型数据的区别效率良好。

具体适配指数选取标准及其对应拟合指数结果, CMIN/DF 值为 4.603、拟合优度指数 GFI 值为 0.903、比较拟合指数 CFI 值为 0.970、规范拟合指数 NFI 值为 0.962、增值拟合指数 IFI 值为 0.970, 近似误差均方根 RMSEA 值为 0.060, 说明模型拟合程度较高, 与初拟指标体系相吻合。

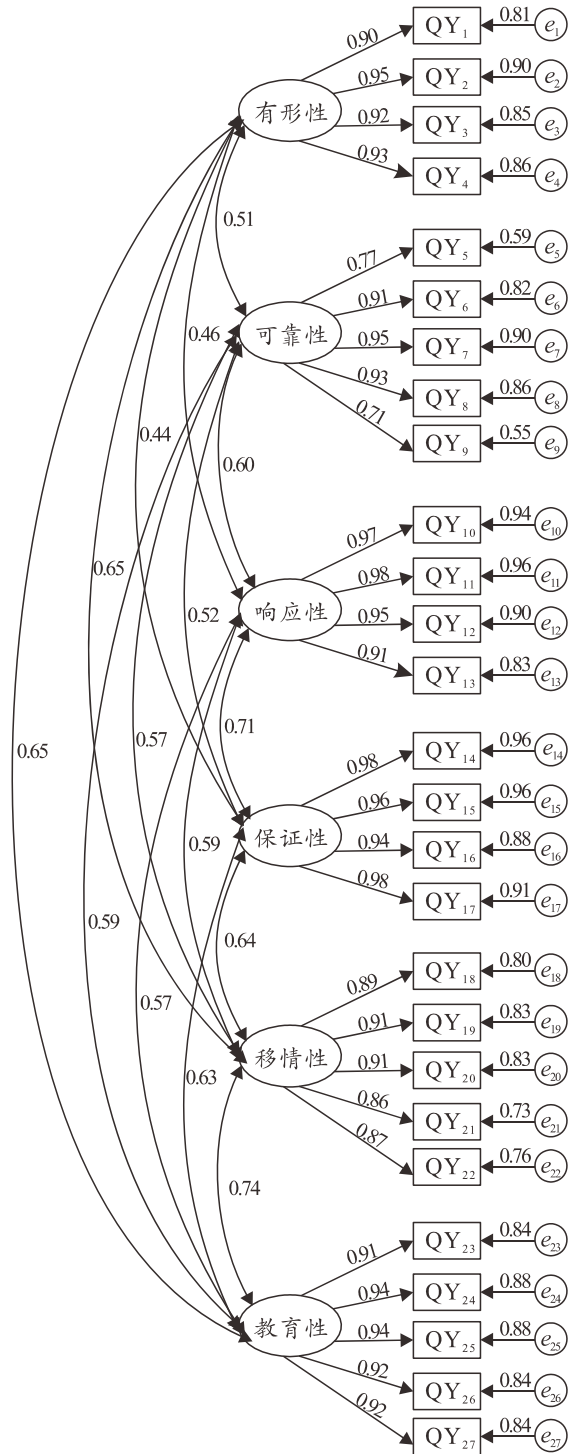


图 1 青少年户外体育营地服务质量测量模型
标准化参数估计模型

鉴于此, 研究认为青少年户外体育营地服务质量评价模型预试问卷的效度符合统计学计量标准, 与构建理论模型完全一致, 故假设成立。

4.3 预试问卷的信度检验

随后对预试问卷进行信度检验, 以确定问卷的内部一致性或稳定性。

1)Cronbach a 系数。检验发现,预试问卷的 Cronbach a 系数为 0.969,达到心理测量学要求,说明量表信度极为理想,具有较好的内部一致性。

2)折半信度系数。对预试问卷进行折半信度分析,部分 1 中 14 个题项的 Cronbach's Alpha 值为 0.938,部分 2 中 13 个题项的 Cronbach's Alpha 值为 0.960;部分 1 题项总分与部分 2 题项总分之间的相关系数为 0.801;由于两部分所包含的题项数不相等,量表的 Spearman-Brown 系数值为 0.890;Guttman Split-Half 系数值为 0.890,数据显示非常理想,说明题项筛选后

生成的量表具有较好的内部一致性。

5 青少年户外体育营地服务质量评价体系模型生成及其价值展望

至此,青少年户外体育营地服务质量评价体系正式生成,是一个由有形性、可靠性、响应性、保证性、移情性和教育性等 6 个维度 27 个指标构成的精确化测量模型,各维度对应的权重值依次为:16.16%、17.23%、15.79%、15.77%、17.35%和 17.69%(见表 4)。

表 4 青少年户外体育营地服务质量评价体系的维度及其题项

维度	维度内涵	权重值	题号	题项
有形性	是指营地服务产品的“有形部分”,如各种设施、设备及服务人员的着装等	16.16%	QZ ₁	营地基础设施齐全、先进
			QZ ₂	营地基础设施具有吸引力
			QZ ₃	营地员工着装统一、大方得体
			QZ ₄	营地设施功能与课程内容科学合理
可靠性	是指营地准确无误完成所承诺的服务	17.23%	QZ ₅	营地承诺的事情能及时完成
			QZ ₆	营员遇到困难时,营地员工能表现出关心与帮助
			QZ ₇	营地提供服务专业,是可靠的
			QZ ₈	营地能准时地提供所承诺的服务
			QZ ₉	营地正确记录相关信息
响应性	是指营地随时准备愿意为营员提供快捷、高效的服务	15.79%	QZ ₁₀	营地员工能够及时回应营员,提供服务
			QZ ₁₁	营地员工愿意帮助营员
			QZ ₁₂	营地会告知提供服务的准确时间
			QZ ₁₃	营地员工即使忙碌,也会即刻提供服务
保证性	是指营地及其工作人员的胜任力,可增强营员对营地的信任与忠诚	15.77%	QZ ₁₄	营地员工是值得信赖的
			QZ ₁₅	营地会提供安全、放心的服务
			QZ ₁₆	营地员工是礼貌的
			QZ ₁₇	营地员工互相配合,提供满意的服务
移情性	是指营地要真诚地关心营员,了解他们的实际需要,使整个服务过程富有“人情味”	17.35%	QZ ₁₈	营地可以提供个性化服务
			QZ ₁₉	营地优先考虑营员的利益
			QZ ₂₀	营地提供的服务时间可以满足所有营员的需求
			QZ ₂₁	营地能够给予营员个别的关心
			QZ ₂₂	营地员工了解营员的需求
教育性	是指营地课程对人的发展产生的影响,关注营地教育的效果	17.69%	QZ ₂₃	营地活动可促进身体的生长发育
			QZ ₂₄	营地活动可培养良好的心理品质,促进个性形成
			QZ ₂₅	营地活动可培养创新思维和领导力
			QZ ₂₆	营地活动可增长知识,开拓视野
			QZ ₂₇	营地活动可培养社会认知、社会适应、社会交往等能力

在众多维度中,教育性和移情性维度是对青少年户外体育营地服务质量评价影响最大的 2 个维度。教育性维度权重值最高,证明维度设置的创新性和适切性,也用数据支撑了教育服务是营地服务核心,是营员最为重视认可且需求迫切的服务内容的客观事实,同时也解释了业内称之为“营地教育”的合理性。移情性维度权重值位居第二,关注个性服务和特色服务,是破解营地产品同质化的有效抓手。保证性维度关乎营员对营地的信任与忠诚,是造成营地产品重购率低

的关键指标。青少年户外体育营地服务质量正是在 6 个维度的综合作用下,通过不断改进与提升向前发展的。

可以说,青少年户外体育营地服务质量评价体系是营地开展服务质量管理的有效工具,管理者可围绕服务的范畴与关键内容开展全面质量管理。该评价体系也是一个标准化的测量模型,营地可通过精准测量,针对服务薄弱环节,开展高效的营地服务质量持续改进与提升。不仅如此,该评价体系还可用于第三方评价,帮助政府或学校加强对营地服务供给企业的业绩

考核与行业监管,规范行业市场发展,为尚处于初级阶段的中国营地供给侧改革提供思路与方法,推进营地行业科学健康持续发展。

参考文献:

- [1] 吕万刚,曾珍. 基于公众感知的大型体育场馆公共体育服务质量评价与实证研究[J]. 体育学刊, 2020, 27(5): 59-67.
- [2] COSTA G, TSITSKARI E, TZETZIS G, et al. The factors for evaluating service quality in athletic camps: A case study[J]. *European Sport Management Quarterly*, 2004, 4(1): 22-35.
- [3] 张秀. 中国汽车露营地旅游服务质量测评研究[D]. 青岛: 中国海洋大学, 2012.
- [4] 温美龄. 我国帐篷露营地服务质量评价研究[D]. 上海: 上海体育学院, 2018.
- [5] KIM H, YOON H. Developing quality standards for camping sites in Kyunggi Province, Korea[J]. *Journal of Tourism and Leisure Research*, 2019, 31(12): 369-385.
- [6] CRONIN J J, TAYLOR S A. Measuring service quality: A reexamination and extension[J]. *Journal of Marketing*, 1992, 56(3): 55-68.
- [7] BROWN T J, CHURCHILL G A, PETER J P. Improving the measurement of service quality[J]. *Journal of Retailing*, 1993, 69(1): 127-139.
- [8] PINE B J, GILMORE J H. Welcome to the experience economy[J]. *Harvard Business Review*, 1998, 76(4): 97-105.
- [9] BATESON J E G, HOFFMAN K D. *Managing services marketing* [M]. New York: The Dryden Press, 1999.
- [10] SCHMITT B H. *Experiential marketing: How to get customers to sense, feel, think, act, relate to your company and brands*[M]. New York: The Free Press, 1999.
- [11] ZEITHAML V A. Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence[J]. *Journal of Marketing*, 1988, 52(3): 2-22.
- [12] 周本存. 知识经济时代的营销特色[J]. *商业研究*, 2001(2): 137-139.
- [13] PINE B J, GILMORE J H. *The experience economy* [M]. Boston: Harvard Business School Press, 1999.
- [14] HOLBROOK M B, HIRSCHMAN E C. Experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun[J]. *Journal of Consumer Research*, 1982, 9(2): 132-140.
- [15] 阎会心, 王生平. 从服务管理到体验管理: 体验经济时代的管理新视角[J]. *经济师*, 2003(12): 149-150.
- [16] DALE E. *Audio-visual methods in teaching*[M]. 3rd ed. New York: The Dryden Press, 1969.
- [17] DAVIS B, SUMMERS M. Applying Dale's Cone of Experience to increase learning and retention: A study of student learning in a foundational leadership course[J]. *Qscience Proceedings*, 2015, 2015(4): 6.
- [18] ROBERT M. *Designing and improving courses and curricula in higher education*[M]. Diamond San Francisco: Jossey Bass, 1989.