

# 厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为( )课题(组)的研究成果,获得( )课题(组)经费或实验室的资助,在( )实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

# 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，  
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

## 中文摘要

随着我国假日经济引发的国内旅游的兴起，经济型酒店的需求骤然升温，但经济型酒店的客户满意度却一直偏低。如何提高顾客的满意度已经成为各经济型酒店首要关注的目标。本文在综合分析文献的基础上，着重探讨影响经济型酒店顾客满意度的因素有哪些。通过对入住福州如家快捷连锁酒店的客户开展问卷调查，以描述分析、对比分析、相关性分析和多元回归分析相结合的方法，对调研结果进行分析，识别影响经济型酒店顾客满意度的主要因素，并对这些因素的相对重要性进行了判断。研究显示：客户满意程度越高，客户忠诚度越高，但即使客户满意也有很大可能不会再次入住或传播口碑；经济型酒店客户满意的关键影响因素是基本服务、增值服务和地理环境，而价格、品牌、便利性没有显著影响。最后，本文针对上述结论提出针对性建议。

**关键词：**经济型酒店；顾客满意；影响因素

厦门大学博硕士学位论文摘要库

## **Abstract**

Along with our country holiday economy caused by the rising domestic tourism economy hotels, heating, but suddenly demands of customer satisfaction budget hotels have been low. How to improve customer satisfaction has become the primary goal of the attention economy hotel. Based on comprehensive analysis of literatures, this paper is concerned on the influence factors of the economy hotel and customer satisfaction. Through Check-Fuzhou Home Inns hotel chain's customers to carry out surveys to describe the analysis, comparative analysis, correlation analysis and multiple regression analysis method, the survey results were analyzed to identify affected hotels customer satisfaction factors, and the relative importance of these factors were judged. Research shows that: the economy hotel customer satisfaction is the key factors: basic service, value-added service and geographical environment, and price, brand, convenience, no significant effect. Finally, the paper puts forward that the above conclusions.

**Key Words: Economy hotel, Customer satisfaction, Influence factors**

厦门大学博硕士学位论文摘要库



<b>第一章 绪论</b> .....	<b>1</b>
第一节 研究背景.....	1
第二节 研究意义.....	3
第三节 研究内容与方法.....	4
第四节 研究框架.....	4
<b>第二章 经济型酒店顾客满意度理论综述</b> .....	<b>6</b>
第一节 经济型酒店相关概念.....	6
第二节 顾客满意度的相关概念.....	10
第三节 经济型酒店及其顾客满意度研究.....	17
<b>第三章 经济型酒店顾客满意度影响因素分析</b> .....	<b>19</b>
第一节 经济型酒店顾客满意度分析模型架构.....	19
第二节 经济型酒店顾客满意度影响因素.....	20
第三节 调查问卷预测试及设计.....	22
第四节 抽样方案设计及分析流程.....	23
第五节 如家快捷连锁酒店基本情况.....	24
<b>第四章 调查问卷数据分析</b> .....	<b>27</b>
第一节 调查样本概况.....	27
第二节 满意度分析.....	28
第三节 影响满意度关键因素分析.....	34
第四节 实证结论.....	38
<b>第五章 营销建议与总结</b> .....	<b>40</b>
第一节 营销建议.....	40

第二节 研究不足及未来展望 .....	46
<b>附录 1：问卷</b> .....	<b>48</b>
<b>参考文献</b> .....	<b>51</b>
<b>致 谢</b> .....	<b>53</b>

厦门大学博硕士论文摘要库

<b>Index</b>	
<b>Chapter 1 Introduction .....</b>	<b>1</b>
<b>Section 1 Background .....</b>	<b>1</b>
<b>Section 2 Meanings.....</b>	<b>3</b>
<b>Section 3 Content and method.....</b>	<b>4</b>
<b>Section 4 Framework.....</b>	<b>4</b>
<b>Chapter 2 Literatures review.....</b>	<b>6</b>
<b>Section 1 Economic hotel .....</b>	<b>6</b>
<b>Section 2 Customer satisfaction .....</b>	<b>10</b>
<b>Section 3 Customer satisfaction of economic hotels .....</b>	<b>17</b>
<b>Chapter 3 Key factors influencing customer satisfaction of     economic hotel.....</b>	<b>19</b>
<b>Section 1 Research model .....</b>	<b>19</b>
<b>Section 2 Key factors influencing customer satisfaction of economic hotel     .....</b>	<b>20</b>
<b>Section 3 Questionnaire.....</b>	<b>22</b>
<b>Section 4 Sampling and data analysis.....</b>	<b>23</b>
<b>Section 5 The situation of Homeinn Hotel.....</b>	<b>24</b>
<b>Chapter 4 Data analysis.....</b>	<b>27</b>
<b>Section 1 Sample characteristics .....</b>	<b>27</b>
<b>Section 2 Analysis of customer satisfaction... ..</b>	<b>28</b>
<b>Section 3 Key factors influencing customer satisfaction of economic     hotel.....</b>	<b>34</b>
<b>Section 4 Conclusion.....</b>	<b>38</b>

<b>Chapter 5 Suggestion and conclusions.....</b>	<b>40</b>
<b>Section 1 Suggestions.....</b>	<b>40</b>
<b>Section 2 Limitations and Future.....</b>	<b>46</b>
<b>Appendixes .....</b>	<b>48</b>
<b>References .....</b>	<b>51</b>
<b>Postscript.....</b>	<b>53</b>

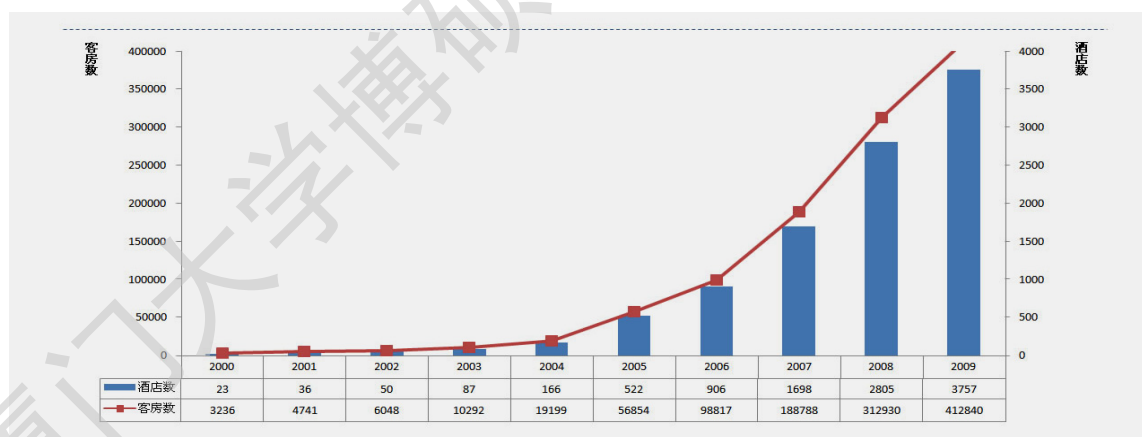
厦门大学博硕士论文摘要库

## 第一章 绪论

### 第一节 研究背景

国内旅游的蓬勃发展以及国外大众化游客的不断增多，使得满足大众化消费需求为经济型酒店的发展成为业界关注的重点，大量的投资聚集到这个行业，展现出极强的成长性。据统计，截至 2009 年第四季度，我国经济型酒店总数已经达到 3757 家，与 2008 年同期相比增加了 952 家，同比增长 33.94%；客房总数达到 412840 间，比 2008 年同期增加了 99910 间，同期增长了 31.93%<sup>[1]</sup>，这尚不包括各地大量小型、并形成规模连锁运营的经济型酒店。根据国家发改委发布的经济型酒店调查报告，2008 年我国经济型酒店的平均入住率高达 82%，远高于同期星级饭店 60%左右的平均出租率水平<sup>[2]</sup>。

图 1：2005-2009 年全国经济型连锁酒店规模增长



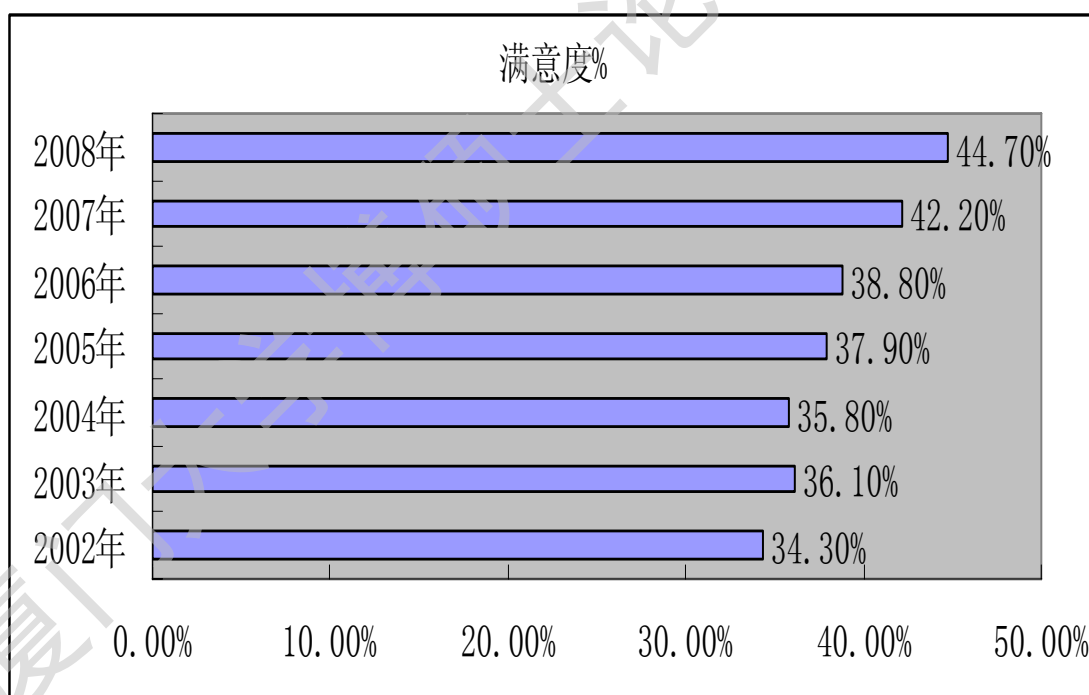
资料来源：盈蝶.2005-2009 年全国经济型连锁酒店规模增长 [EB/OL]. <http://www.inn.net.cn.2010>.

近几年来，伴随着海西经济区建设热潮的涌动，福建旅游产业迎来了黄金时代，其中经济型酒店成为了最直接的受益者。据资料显示，今年 1 至 5 月份，福建全省累计接待旅游者 3349.07 万人次，同比增长 16%，其中经济型酒店业入住人次达到 557.2 万人次，同比增长 19%。尤其是 4 月 26 日福厦高铁开通以来，更是为经济型酒店的发展腾飞带来了新的机遇。以厦门地区为例，五一和

端午期间经济型酒店的入住率普遍达到 100%，其中经济型连锁酒店代表如青年阳光、如家等五一期间的客户在 4 月 25 日左右就预订一空<sup>[3]</sup>。

但是在急速发展过程中，由于经济型酒店长期只将竞争着眼点聚焦于竞争对手，以价格、标准化产品和服务作为主要竞争手段，导致产品严重同质化、服务水平较低。据调查，消费者对经济型酒店总体的满意程度处于“一般”（46.1%）和“比较满意”（44.6%）的状态，评价“不太满意”的占 7.3%，评价“很满意”只占 1.7%<sup>[4]</sup>。此外，《2007 年中国经济型酒店调查报告》显示，明确表示会继续入住同一品牌的顾客比例很低，也有许多顾客把目前排名前几位的知名品牌视作首先放弃的品牌，排名前几位的如家、速 8、汉庭等首当其冲<sup>[5]</sup>。

图 2：中国经济型酒店 2002——2008 年顾客满意度情况



资料来源：中国经济型酒店网. <http://www.inn.net.cn.2010>.

在激烈行业竞争和顾客满意度普遍偏低的双重压力下，着眼于客户需求，提高顾客满意度和忠诚度已经成为经济型酒店首要考虑的问题。对经济型酒店顾客客户满意影响因素的研究迫在眉睫，且意义深远。

## 第二节 研究意义

当前，在提升服务质量进而提高顾客满意度上，经济型酒店普遍面临着两难的处境：（1）经济型酒店在国外被称为“床和早餐饭店”，它是以服务“有限”、价格“经济”著称的，但越来越多的顾客对狭小的客房空间和简陋的隔音效果提出抱怨，对过于简单的早餐或干脆省略的餐饮表示不满。同时，也对员工服务水平、店内装修、免费服务项目提出了更高的要求。（2）《2008 中国经济型饭店调查报告》显示，面对日益激烈的市场竞争，物业租赁成本平均上涨了 29%，其中上海、北京地区的增长甚至超过了 40%<sup>[2]</sup>，面对日益上涨的经营成本，不断缩小的利润空间，经济型酒店要不要提高价格，而一旦提高价格缩小了与星级酒店之间的价差，势必会丧失一大部分价格敏感型的客户，而此类客户往往还是经济型酒店的主要客户群体。（3）当前各个经济型酒店普遍以色调温馨、价格低廉、会员优惠、预订便捷、延时退房等来吸引顾客，产品严重同质化，缺乏品牌特色，顾客的忠诚度不断下降，留住顾客的难度将越来越大。

考虑到以上问题，我们需要搞清楚如下几点：顾客对“经济”是怎样定义的？考虑到顾客的抱怨，到底要不要增加服务项目，或者应该如何改进服务项目，顾客愿不愿意为此买单？面临同质化竞争加剧的事实，企业应该如何重新定位，找到适合自己的差异化道路？提高哪些服务能够最大限度地让客户满意？而客户不满意的主要因素又是什么？所有这些问题的解决都应该回归到顾客最根本的需求上来，从切实关注顾客对价值的感知方式入手，找到影响客户满意的服务或价值因素，进而才能针对问题采取有效的解决措施。

本文以福州如家快捷连锁酒店为例，通过在福州如家五家门店开展实证调查，深入了解顾客在选择或入住经济型酒店时所看重的关键因素，以及这些因素对其满意程度和忠诚行为的影响程度，从而构建经济型酒店客户满意的影响因素模型，分析如家酒店的顾客满意度水平，为酒店采取针对性措施提供建议，具有重要的实践意义和理论意义。

### 第三节 研究内容与方法

#### 一、研究内容

本文针对福州经济型酒店市场开展顾客满意度及其影响因素研究，其主要内容包括：

1. 了解经济型酒店的顾客特征；
2. 了解经济型酒店顾客满意度现状；
3. 了解经济型酒店满意水平与购后行为的关系
4. 了解经济型酒店顾客对现有服务因素的评价，关注顾客不满意的因素；
5. 构建影响经济型酒店顾客满意的关键驱动因素模型，通过顾客问卷调研的实证研究方式对模型及提出的假设加以验证，分析不同因素对福州经济型酒店顾客满意度的影响程度的差异，提取出影响顾客满意度的关键因素；
6. 根据实证分析结果，提出针对性建议。

#### 二、研究方法

本文在大量查阅相关文献和前人研究结果的基础上，采取实证调查的方式，通过专家访谈和个人消费者深度沟通构建经济型酒店顾客满意度测量模型，确定出本次调研问卷所需的衡量经济型酒店顾客满意度各维度的所有测量题项。在问卷回收后，采用 SPSS13.0 作为统计分析工具，综合使用描述分析、对比分析、相关分析等多种分析方法，确定顾客满意度、影响因素及相关购后行为等。

### 第四节 研究框架

第一章，绪论。介绍本文的研究背景、研究意义、研究内容、研究方法及相关研究框架。

第二章，经济型酒店顾客满意度的理论综述。首先，介绍经济型酒店的概念、特征、消费者及其需求特征；其次，介绍顾客满意度的相关概念；最后对经济型酒店顾客满意度相关文献进行梳理和总结。



Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库