

基于IPA分析法的全民健身路径服务质量评价与提升实证研究

寇健忠, 吴鹤群, 林正锋

(三明学院 体育学院, 福建 三明 365004)

摘要: 以全民健身路径锻炼者为评价主体, 利用IPA分析法与满意度三因素理论, 对全民健身路径服务质量进行评价。结果显示, 在确定的35项服务属性指标中, 有8项指标为“继续保持”, 6项为“表现过度”, 11项为“毋须优先”, 10项为“改善重点”。经实证分析后提出: 树立创新发展理念, 提高服务能力; 树立协调发展理念, 实现服务差异化; 树立绿色发展理念, 提高服务品位; 树立开放发展理念, 提高服务参与率; 树立共享发展理念, 促进服务均等化等全面提升全民健身路径服务质量的策略, 以促进全民健身国家战略的深入推进, 为保障与改善民生、全面实现小康社会提供有力支撑。

关键词: 全民健身路径; 服务质量评价; 重要性—绩效分析法; 满意度; 三因素理论

中图分类号: G80-051

文献标志码: A

文章编号: 1008-3596 (2018) 02-0035-07

1 问题的提出

体育场地设施是群众参与健身的重要物质基础, 全民健身路径作为群众身边的体育场地设施, 经过二十年的建设与发展, 不仅改善了城乡居民的健身条件, 而且对加快构建现代全民健身公共服务体系, 推动城乡公共体育服务一体化建设发挥了重要作用。《第六次全国体育场地普查数据公报》显示, 截止到2013年12月31日, 全国共有全民健身路径36.81万个, 占体育场地总数的22.41%^[1]。《体育发展“十三五”规划》将全民健身路径列为今后城市社区多功能运动场建设的主要体育场地设施, 全民健身路径的建设与运营管理已进入国家规划层面^[2]。与此同时, 《全民健身计划(2016—2020年)》提出, 要做好

已建全民健身场地设施的使用、管理和提档升级, 并建立全民健身公共服务绩效评估指标体系^[3]。可见, 改进全民健身路径服务质量, 建立全民健身路径服务绩效评估体系, 提高全民健身路径建设与运营管理水平是当前亟待解决的问题。

国内外学界都广泛重视体育服务质量及其评价方法问题的研究。McDonald M A等(1995)^[4]以美国NBA为研究对象, 从有形性、移情形、保证性、响应性和可靠性等服务质量评价维度出发, 提出TEAMQUAL服务质量模型。Theodorakis N等(2001)^[5]以希腊职业篮球为背景, 提出SPORTSERV模型, 其中服务质量评价维度包含有形性、可进入性、可靠性、响应性和安全性。许文鑫等(2014)^[6]基于顾客感知服务质量的SERVQUAL模型, 构建全日制体

收稿日期: 2017-10-24

基金项目: 福建省第六次全国体育场地普查资料开发与应用课题(2014B011)

作者简介: 寇健忠(1969—), 男, 福建德化人, 副教授, 硕士, 研究方向为体育人文社会学。

文本信息: 寇健忠, 吴鹤群, 林正锋. 基于IPA分析法的全民健身路径服务质量评价与提升实证研究[J]. 河北体育学院学报, 2018, 32(2): 35-41.

育硕士专业研究生教育服务质量评价体系。张星等 (2011)^[7]以我国职业体育赛事服务质量为研究切入点,构建具有较强适应性的体育审美服务质量模型。徐开娟等 (2015)^[8]将“保健因素”和“激励因素”构成的“双因素”理论应用到商业健身会所服务质量评价研究中,对会所竞争能力的维持与提高给予借鉴。郑旗等 (2015)^[9]以重要性—绩效 (IPA) 法和满意度三因素理论为基础,评价县域公共体育设施服务质量,为体育服务质量的评价和管理提供新的视角。

但是,目前对体育场馆服务质量的评价研究还相对滞后,对全民健身路径服务质量的评价研究成果较少,全民健身路径服务质量能否被准确地计量将直接影响其有效供给及体育服务业的健康、可持续发展。本研究采用 IPA 分析法 (也称“重要性—绩效”分析法),以全民健身路径锻炼者为评价主体,对全民健身路径服务质量进行评价、实证分析,以识别影响全民健身路径服务的关键要素,深入挖掘其战略性要素,判断全民健身路径服务急需改进的地方,为提升全民健身路径服务质量,提高锻炼者的满意度和健康水平,促进全民健身国家战略的深入推进提供参考。

2 研究的理论基础

2.1 服务质量

在归纳和总结已有研究成果的基础上^[10-12],本研究认为服务质量就是顾客从主观上对市场组织所提供服务的—种认知,即顾客对服务的期望 (ES) 与实际感知 (PS) 间的比较,PS≥ES 为服务质量高,PS<ES 为服务质量低。服务质量是顾客满意的前因,与满意度具有正相关关系^[13-14],因此服务质量也可解析为顾客的满意度。

2.2 全民健身路径服务质量

全民健身路径是指修建在室外,占地不多、因地制宜、简单易建、投资不大、实用美观、方便群众、老少皆宜,具有科学性、趣味性、健身性的群众公共体育设施,一般由 5—20 站不等组成^[15]。因此,所谓“全民健身路径服务质量”是指锻炼者从主观上对政府所提供的全民健身路径服务的期望与实际感知间的比较。

2.3 IPA 分析法与“三因素理论”

2.3.1 IPA 分析法

IPA (也称“重要性—绩效”) 分析法是进

行服务质量评价的有效方法,最早由马提拉 (Martilla) 与詹姆斯 (James) 提出,被用来分析汽车经销商的绩效^[16]。现已成为教育、医疗、旅游、会展、餐饮等领域提升服务质量、提高顾客满意度的重要工具。

“重要性”就是服务或产品在顾客心里的重要程度 (行前期望);而“绩效”是指顾客对服务或产品实际感知的表现程度 (体验效果)^[17]。IPA 分析法是将服务质量作为服务属性的重要性与实际绩效表现的函数,通过顾客对重要性和绩效两个维度的比较而得出服务质量。研究步骤为:首先,确定服务质量评价指标体系;其次,统计顾客对服务质量各评价指标的重要性和绩效评价的总体均值或均值的中值;再次,以总体均值或均值的中值为交叉点绘制一个横坐标为绩效、纵坐标为重要性的两维、四象限的 IPA 分析图;最后,将各评价指标逐一定位在坐标系的相应位置,并依据 4 个象限中不同指标特点制定相应的策略 (图 1)^[18]。

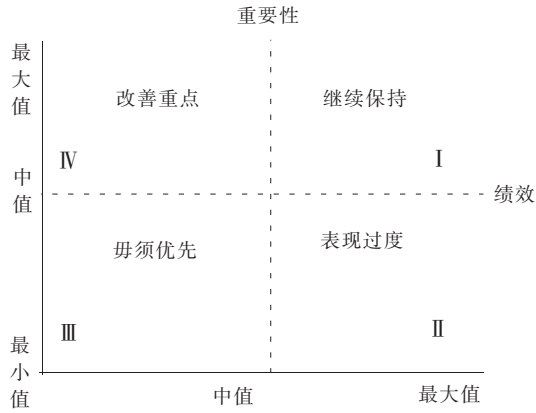


图 1 IPA 分析图

从图 1 得知,第 I 象限为重要性高、绩效好的“继续保持”区,评价指标在此象限表示应在原来基础上不断保持与创新;第 II 象限为重要性低、绩效好的“表现过度”区,评价指标在此象限表示资源配置不太合理,供给过度,毋须刻意追求;第 III 象限为重要性低、绩效差的“毋须优先”区,评价指标在此象限表示当前发展不好,不考虑优先发展;第 IV 象限为重要性高、绩效差的“改善重点”区,评价指标在此象限表示应高度重视,考虑优先发展。

2.3.2 顾客满意的“三因素理论”

服务质量好,则顾客满意度高,服务质量的好坏可以通过顾客满意度来体现。过去运用 IPA

分析法研究满意度是基于服务属性绩效同重要性(顾客预期)是独立的, 顾客期望水平高于或低于服务属性绩效时对总体满意度的影响度是相同的, 两者间是对称且呈线性关系(图 2)^[19-20], 但忽视了服务不同质量因素的实际感知表现对总体满意度间的不对称、非线性的关系。

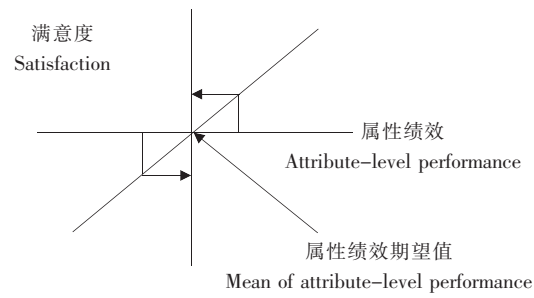


图 2 属性绩效与满意度间的对称关系

顾客满意的“三因素理论”可以较好地解析满意度与服务属性绩效间的非对称效应。该理论最早由卡诺(Kano)等人提出, 认为依据影响满意度方式的不同, 服务属性可以分为以下三类(图 3)^[21]:

- (1) 基本因素: 该类因素属性绩效较差时会造成顾客不满意, 即使其属性绩效较好, 也不会引发顾客满意。顾客认为此类因素属性是预先期望且应当提供的, 是满意度的必要条件而不是充分条件。
- (2) 兴奋因素: 该类因素属性绩效较好时会带来顾客满意, 即使其属性绩效较差, 也不会导致顾客不满。可见, 此类因素属性是满意度的充分条件而不是必要条件。
- (3) 表现因素(也称绩效因素): 该类因素属性绩效较好时能引起顾客满意, 但其属性绩效较差会招致顾客不满意。因此, 此类因素属性是满意度的充分必要条件。

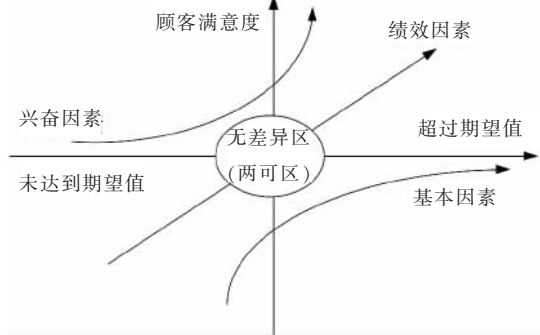


图 3 顾客满意度的“三因素理论”

总之, 上述分类体现了服务属性绩效同总体满意度之间存在不一样的关系模式。表现因素属性同满意度间只体现对称与线性关系, 而基本因素与兴奋因素属性却体现出对满意度的非对称和非线性的关系。在实际的服务运营管理运用“三因素理论”时, 首先, 对基本因素可以设置“门槛”并采用市场的手段, 全力以赴地满足顾客对此类因素的最基本需求。其次, 表现因素体现了顾客的需求和期望, 对提升服务质量、提高顾客满意度将产生直接的影响, 应尽力满足顾客对此类因素的需求。最后, 争取满足顾客对兴奋因素的需求, 以提升顾客的满意度。

3 全民健身路径服务质量评价的 IPA 实证分析

3.1 全民健身路径服务质量评价指标体系的构建

服务质量评价指标体系构建是实施服务质量评价和进行 IPA 分析的重要基础。本研究对体系的构建遵循科学性、典型性、独立性、可测性等指标构建原则, 经过了理论准备、指标体系初选、指标体系验证和体系建立四个环节^[22]。首先, 借鉴已有服务质量评价指标的研究成果^[9, 22-24], 通过访谈部分全民健身路径管理者、使用者和有关专家, 初步选定 5 个维度, 44 个指标构成服务质量评价指标体系。其次, 采用德尔菲法, 对初步确定的指标体系进行第一轮专家调查, 删除 7 个指标, 修订 1 个指标, 调整 2 个指标, 得到有 5 个维度、37 个指标的集合。最后, 对修改的指标体系进行第二轮的专家调查, 将其中的 4 个指标合并为 2 个指标, 最终确定全民健身路径服务质量评价指标体系由 5 个维度、35 个指标构成。

3.2 问卷设计与信度、效度检验

在已确定全民健身路径服务质量评价指标体系的基础上设计调查问卷, 包括锻炼者的人口统计学特征、锻炼者对全民健身路径服务质量重要性和绩效评价 3 部分。经统计处理表明, “重要性”和“绩效”两个量表的 Cronbach’s α 系数分别为 0.861 和 0.946, 信度较高。KMO 样本测度值为 0.837, Bartlett 检验的 χ^2 统计值的显著性概率是 0.000, 小于 0.01, 表明问卷有效。采用李克特(Likert)五点量表法, 由锻炼者对服务质量重要性和绩效赋值, 即用 1、2、3、4、

5 分别代表非常不重要/非常差、不重要/差、一般/一般、重要/好、非常重要/非常好。

3.3 调查对象与有效样本基本特征

调查对象为福建省九市一区全民健身路径的锻炼者。调查采用简单随机抽样法，实际发放问卷 1 010 份，回收 963 份，回收率 95.3%，其中有效问卷 900 份，有效回收率 93.5%。被调查有效样本人口统计学特征为：男性占 48.7%，

女性占 51.3%；年龄以中老年人为主，占 58.6%；学历层次以中等学历及以上的人群为主，占 79.3%；每天锻炼时间在早晨和傍晚的占 59.1%；每周锻炼 1 次者占 19.2%，锻炼 2—3 次者占 24.5%，锻炼 3 次以上者占 38.5%，偶尔锻炼者占 17.8%。

3.4 全民健身路径服务质量的 IPA 分析

表 1 全民健身路径服务质量重要性和绩效评价分析

维度	服务质量属性指标	重要性 (I)		绩效 (P)		P-I	t 值	双侧 p 值
		均值	标准差	均值	标准差			
服务场地设施	C1 场地选址	4.50	0.679	3.70	0.823	-0.80	5.731	0.000
	C2 场地面积	4.12	0.757	3.45	0.844	-0.67	4.350	0.000
	C3 场地示意图	3.78	0.920	3.43	0.871	-0.35	2.152	0.038
	C4 场地面层设计	3.90	0.662	3.47	0.987	-0.43	2.091	0.043
	C5 场地照明条件	4.42	0.747	3.40	1.033	-1.03	5.363	0.000
	C6 器械数量配置	4.20	0.723	3.48	0.905	-0.68	3.538	0.001
	C7 器械质量	4.78	0.530	3.98	0.832	-0.80	4.971	0.000
	C8 器械种类配置	4.18	0.675	3.42	0.802	-0.76	5.041	0.000
	C9 器械色彩搭配	4.02	0.768	3.68	0.768	-0.34	2.211	0.033
	C10 器械布局	3.72	0.877	3.53	0.847	-0.19	1.537	0.132
	C11 器械智能化程度	3.87	0.723	3.18	1.010	-0.69	4.462	0.000
	C12 休息凳椅配备	3.88	0.757	3.40	0.874	-0.48	2.568	0.014
服务环境	C13 防雨防晒设施	4.32	0.730	3.35	1.051	-0.97	5.742	0.000
	服务场地设施均值	4.13	0.313	3.50	0.197	-0.63	8.964	0.000
	C14 场地周围环境	4.05	0.846	3.50	0.877	-0.55	3.279	0.002
	C15 场地空气质量	4.55	0.597	3.88	1.042	-0.67	3.670	0.001
	C16 场地清洁度	4.58	0.549	3.72	0.960	-0.86	4.523	0.000
	C17 垃圾倾倒便利性	4.00	0.877	3.65	1.075	-0.35	2.176	0.035
	C18 公共卫生间配置	4.18	0.781	3.57	1.010	-0.61	3.178	0.003
服务人员	C19 购买饮品便利性	3.88	0.822	3.38	1.030	-0.50	2.912	0.006
	服务环境均值	4.21	0.294	3.66	0.146	-0.55	8.414	0.000
	C20 服务人员数量配置	3.75	0.899	3.30	1.067	-0.45	2.126	0.040
	C21 服务人员责任心	4.57	0.594	3.62	1.055	-0.95	5.538	0.000
	C22 服务人员专业性	4.57	0.549	3.22	1.250	-1.35	6.609	0.000
	C23 服务人员言行举止	4.22	0.620	3.55	0.932	-0.67	4.175	0.000
	C24 服务人员仪容仪表	3.67	0.656	3.53	0.783	-0.14	0.797	0.430
	C25 服务人员服务及时性	4.30	0.687	3.43	1.035	-0.87	4.775	0.000
服务安全	C26 服务人员服务有效性	4.52	0.599	3.32	1.095	-1.20	6.202	0.000
	服务人员均值	4.23	0.379	3.42	0.149	-0.81	5.051	0.002
	C27 设施检查与维护	4.82	0.446	3.48	0.934	-1.34	8.002	0.000
	C28 设施的及时更新	4.37	0.540	3.42	0.931	-0.95	6.444	0.000
	C29 安全应急措施	4.73	0.599	3.75	1.006	-0.98	5.619	0.000
	C30 医疗设施配置	3.93	0.847	3.30	1.122	-0.63	3.182	0.003
	C31 安全锻炼制度制定	4.00	0.641	3.65	0.770	-0.35	2.655	0.011
辅助服务	服务安全均值	4.37	0.407	3.52	0.180	-0.85	5.055	0.007
	C32 路径健身培训宣传	3.85	0.687	3.40	0.931	-0.45	2.423	0.020
	C33 路径健身活动组织推广	3.80	0.758	3.35	0.921	-0.45	2.683	0.011
	C34 提供个性化服务	3.78	0.765	3.28	0.987	-0.50	2.876	0.006
	C35 群众诉求反馈机制	4.37	0.628	3.43	0.931	-0.94	5.797	0.000
	辅助服务均值	3.95	0.282	3.37	0.066	-0.58	4.919	0.016
	数据样本均值	4.17	0.335	3.49	0.179	-0.68	13.423	0.000

从总体评价看, 锻炼者对全民健身路径服务质量的重要性认识得分 (平均 4.17 分) 高于绩效得分 (平均 3.49 分); 从对 5 个维度重要性的认识来看, 服务安全最为重要 (平均 4.37 分), 辅助服务的重要性评价最低 (平均 3.95 分); 从对 5 个维度绩效的评价来看, 服务环境的绩效最高 (平均 3.66 分), 辅助服务的绩效最低 (平均 3.37 分); 从对各属性指标的评价看, P—I 值都为负值, 即各属性指标绩效评价得分都低于重要性认识得分; 同时, 对各属性指标的重要性和绩效配对 t 检验的结果显示, 除“器械布局”和“服务人员仪容仪表”的双侧 p 值大于 0.05 外, 其他属性指标的双侧 p 值都小于 0.05, 说明这些指标的重要性评价和绩效评价之间有较为显著的差异性, 存在较为突出的问题, 今后有待进一步的改进和完善 (表 1)。

根据全民健身路径服务质量 35 项指标重要性和绩效评价的平均得分绘制出 IPA 分析图 (图 4)。可以得知, 共有 8 个属性指标定位在第 I 象限, 分别是 C1、C7、C15、C16、C18、C21、C23 和 C29。依据“三因素理论”, 这些指标作为重要性较高、绩效较好的“表现因素”, 包含了全民健身路径基础设施的建设、健身环境和管理服务水平等优先发展的重要内容, 锻炼者认为这些因素重要且给予实际感知表现较好的评价, 满意度较高。因此, 今后对这些因素要在现有基础上持续保持和不断改进创新。

定位在第 II 象限的属性指标有 6 个, 分别是 C9、C10、C14、C17、C24 和 C31。依据“三因素理论”, 这些指标为重要性较低、绩效较好的“兴奋因素”, 可以通过改进这些因素来提高锻炼者的总体满意度, 但即使服务无法到位, 也不会导致锻炼者的不满意。

定位在第 III 象限的属性指标有 11 个, 分别是 C2、C3、C4、C11、C12、C19、C20、C30、C32、C33 和 C34。锻炼者实际感知更多的是全民健身路径硬件设施的服务, 而服务科学化、人性化、智能化、个性化等与提高服务品位有关的因素尚未引起锻炼者的关注, 这与当地的社会、经济、文化发展现状及其自然特点是相适应的。

定位在第 IV 象限的属性指标有 10 个, 分别是 C5、C6、C8、C13、C22、C25、C26、C27、C28 和 C35。依据“三因素理论”, 这些指标作为重要性较高、绩效较差的“基本因素”, 其发

展现状并没有达到锻炼者的预期。因此, 当前管理者应对这些因素给予足够重视, 在做好全民健身路径场地设施资源供给的同时, 对其进行优先改善和发展, 全面增强服务质量管理能力, 提高锻炼者的满意度。

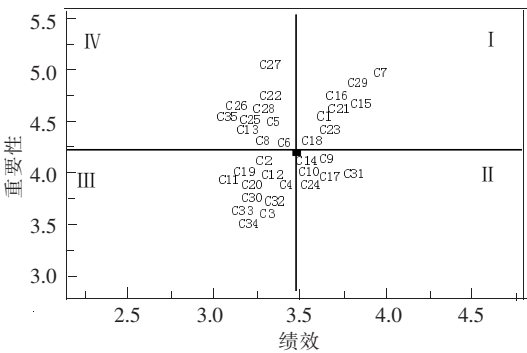


图 4 全民健身路径服务质量的 IPA 分析图

4 全民健身路径服务质量提升策略

4.1 树立创新发展理念, 着力提升服务能力

要突破制约全民健身路径建设与发展的瓶颈, 必须树立创新发展理念, 充分发挥人的认识 and 实践能力。首先, 机制创新。通过 IPA 分析凸显出完善群众反馈机制和提高服务效率的紧迫性。政府管理部门可以通过网络、微信等渠道建立“互联网+”公众服务平台, 创新反馈机制, 及时了解锻炼者对全民健身路径的利益诉求。同时, 建立第三方路径服务质量评价机制, 定期公布服务情况, 不断提高服务的针对性和有效性; 其次, 科技创新。通过 IPA 分析可知提高器械的智能化程度是其发展的趋势, 企业应着眼未来, 充分利用新技术、新材料、新工艺等提高路径器械的智能化水平, 并通过运动 APP 移动互联网技术使锻炼者能及时获取和存储实时锻炼的基本数据信息和相关指导服务, 提高锻炼的积极性和科学性, 提升全民健身路径的服务能力。

4.2 树立协调发展理念, 着力实现服务差异化

由 IPA 分析得知, 处理好“表现因素”“基本因素”“兴奋因素”是提高全民健身路径服务质量的关键, 要树立协调发展理念, 合理配置资源。首先, 与经济协调发展。路径建设应与区域经济发展状况相适应, 避免急于求成、铺张浪费, 影响到区域社会的整体发展。其次, 与人口协调发展。要根据区域人口数量、性别、年龄等统计学特征, 科学合理地配置路径的数量、面积、种类及服务人员等, 提高路径的配置效率。

再次,与文化协调发展。要结合区域民俗、宗教、文化传统等实际情况,从色彩、造型等方面设计出具有区域文化特色的路径产品,努力营造良好的服务环境。最后,与自然环境协调发展。路径在色彩、材质等选择上需要考虑各区域的自然环境特点,避免同质化发展,实现服务差异化。

4.3 树立绿色发展理念,着力提高服务品位

为深入贯彻《体育发展“十三五”规划》,全民健身路径的建设除要继续保持“表现因素”优势外,还必须树立绿色发展理念,在绿色服务上下功夫。首先,制造绿色产品。依据环境价值,研发和利用先进的无污染技术,为群众提供能翻新、重复使用、有利于环境保护和生态平衡、有绿色标志的合格路径产品。其次,营造绿色文化。结合路径分布地的不同特点,以绿色植物为载体,将路径设计与自然环境融合发展,打造具有环境美学和生态教育功能的绿色文化。再次,实施绿色行动。即锻炼行动,是指从我做起,带动家庭成员共同参与,改变以往的路径锻炼行为和习惯,创造有利于保护环境、节约资源、保护生态平衡的路径锻炼方式与行动,形成道德高尚、行为文明的良好风气,提高全民健身路径的服务品位。

4.4 树立开放发展理念,着力提高服务参与率

IPA分析表明,路径的服务主体单一、建设资金和服务人员不足等问题日益突出,要完全通过政府来解决这些“基本因素”和“表现因素”问题是不现实的。需要树立起开放的发展理念,鼓励和吸引社会力量共同参与全民健身路径的建设与管理。首先,强化政府的主导作用,设立路径建设与维护专项基金,实施政府购买服务策略,制订和落实财税、土地等各种优惠政策,建立多渠道筹资机制,降低市场准入门槛,不断优化投融资环境,使更多的社会资本以独资、参股、特许经营等方式参与路径的建设、运营。其次,发动和鼓励体育教师、体育教练发扬奉献精神,积极参与路径的认养、维护,以及路径健身活动的宣传、组织和培训工作,形成全员关心和参与路径建设与发展的良好风气,提高全民健身路径服务参与率。

4.5 树立共享发展理念,着力促进服务均等化

IPA分析显示,目前全民健身路径的数量、类型等还无法满足不同区域、不同群体的健身需

求,政府管理部门应树立共享发展理念,尽快解决群众反映强烈的“基本因素”问题。首先,加大乡镇、农村等基层路径建设。充分利用农村的荒山、荒丘、荒滩、荒沟及空闲地等闲置资源,建设全民健身路径场地设施。对已有的全民健身路径,在更新时要根据群众需求合理配置数量和种类,实现路径的提质增效,吸引更多的农村群众参与路径健身。其次,重视弱势群体的健身需求。目前,适合残疾人健身的路径产品还很匮乏,企业应积极支持国家全民健身助残工程建设,加快研发和生产不同类型的残疾人路径产品,助推残疾人康复体育和健身体育的开展,使残疾人也能共享改革的红利,促进全民健身路径服务均等化。

参考文献:

- [1] 第六次全国体育场地普查数据公报[EB/OL]. (2014-12-26) [2017-05-26]. <http://www.sport.gov.cn/n16/n1077/n1467/n3895927/n4119307/7153937.html>.
- [2] 体育发展“十三五”规划[EB/OL]. (2016-05-05) [2017-05-25]. <http://www.sport.gov.cn/n10503/c722960/content.html>.
- [3] 全民健身计划(2016—2020年)[EB/OL]. (2016-06-23) [2017-07-24]. http://www.gov.cn/zhengce/content/2016-06/23/content_5084564.htm.
- [4] McDonald M A, Sutton W A, Milne G R. TEAMQUAL: Milne G R. Measuring service quality in professional team sports[J]. Sport Marketing Quarterly, 1995, 4(2): 9-15.
- [5] Theodorakis N, Kambitsis C, Laios A, et al. Relationship between measures of service quality and satisfaction of spectators in professional sports[J]. Managing service Quality, 2001, 11(6): 431-438.
- [6] 许文鑫, 方千华, 吴燕丹, 等. 全日制体育硕士专业学位研究生教育服务质量评价——基于SERVQUAL模型[J]. 福建师范大学学报: 自然科学版, 2014, 30(6): 117-124.
- [7] 张星, 曾玉华, 许万林, 等. 我国职业体育赛事服务质量模型研究[J]. 北京体育大学学报, 2011, 34(11): 40-43.
- [8] 徐开娟, 张林, 朱洪军. “双因素”视角下商业健身会所服务质量评价[J]. 武汉体育学院学报, 2015, 49(11): 48-55.
- [9] 郑旗, 张鹏. 县域公共体育设施服务质量评价与改进: 基于IPA分析与实证[J]. 上海体育学院学报, 2015, 39(6): 11-15.

[10]

肖丽芳,王玉.健身俱乐部顾客满意度指数模型的建立及应用研究[J].河北体育学院学报,2016,30(4):21-27.

[11]

Lewis R C,Booms B H. The Marketing aspects of service quality[M]. Chicago:GIS Hostack and G. Upah,1983:99-107.

[12]

Gronroos C. Marketing in service companies[M]. Malmö:Liber,1983:1-5.

[13]

Cronin J J,Taylor S A. Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension [J]. Journal of Marketing,1992,56(3):55-68.

[14]

Jun M,Yang Z,Kim D S. Customers, Perceptions of Online Retailing Service Quality and Their Satisfaction[J]. The International Journal of Quality & Reliability Management,2004,21(8):817-840.

[15]

张效博.秦皇岛市社区体育健身路径的设置及使用状况研究[D].长春:吉林大学,2012.

[16]

Martilla J A,James J C. Importance-performance Analysis[J]. Journal of Marketing,1997,41(1):77-79.

[17]

张子昂,黄震方,谈志娟,等.基于 IPA 方法的旅游地形象定位分析——以南京市为例[J].南京师大学报:自然科学版,2014,37(2):134-139.

[18]

Oh H. Revisiting importance-performance analysis [J]. Tourism Management,2001,22(6),617-627.

[19]

Bolton R N,Drew J H. A multistage model of customers, assessments of service quality and value [J]. Journal of Consumer Research,1991,17(4):375-384.

[20]

Wittink D R,Bayer L R. The measurement imperative[J]. Marketing Research,2003,15(3):14-23.

[21]

Kano N,Seraku N,Takahashi F,et al. Attractive quality and must-be quality[J]. The Journal of the Japanese Society for Quality Control,1984,14(2):147-156.

[22]

李国立.大型体育赛事观众服务质量评价指标体系构建[J].武汉体育学院学报,2014,48(8):26-30.

[23]

朱洪军.CBA 联赛服务质量的实证分析研究[J].体育科学,2011,31(10):11-20.

[24]

曾婷婷,温碧燕.高尔夫俱乐部顾客感知服务质量评价模型研究[J].北京体育大学学报,2011,34(3):9-11.

Empirical Study on Service Quality Evaluation and Promotion of National Fitness Path Based on IPA Analysis

KOU Jian-zhong, WU He-qun, LIN Zheng-feng

(School of Physical Education, Sanming University, Sanming 365004, China)

Abstract: Taking exercisers on the national fitness path as the evaluation subject, the service quality of the national fitness path is evaluated by IPA analysis and the three-factor theory of satisfaction. The results show that in the thirty five indicators of service attributes identified, eight are “continue to maintain”, six are “over-performing”, eleven are “less priority” and ten are “improvement priorities”. After empirical analysis, some comprehensive improvement strategies of national fitness path service quality are put forward including establishing the concept of innovation and development and improving the service ability; establishing the concept of coordinated development and realizing the service differentiation; establishing the concept of green development and improving the service level; establishing the concept of open development and improving service participation rate; establishing the concept of shared development and promoting service equalization, in the hope of promoting in-depth development of national fitness, protecting and improving people’s livelihood, providing strong support for the full realization of a moderately prosperous society .

Key words: national fitness path; service quality evaluation; importance-performance analysis method; satisfaction degree; three-factor theory