

# 基于 SERVQUAL 量表的新媒体网站服务质量管理实证研究

罗清萍

(武汉职业技术学院 人文学院,湖北 武汉 430074)

**摘要:**以一项调查研究的数据为例,以网站便捷性、网站信息内容、网站美学性、网站个性化、安全性、帮助支持等 6 个维度测量新媒体网站服务质量。调查数据表明,新媒体网站 6 项服务方面用户满意度都在一般和比较满意之间,相较于其他服务指标,用户更关注网站的安全性和帮助支持二个服务指标。

**关键词:**新媒体;网站服务质量;SERVQUAL 量表;服务指标

中图分类号: TP393.092.3

文献标识码: A

文章编号: 1671-931X (2015) 03-0063-04

63

武汉职业技术学院学报二〇一五年第十四卷第三期(总第七十七期)

20 世纪 70 年代后期开始,国外的学者开始将“质量”这一概念引入服务领域。1978 年美国学者 Sasser 提出用于评价服务质量的 6 个维度,本文所研究的新媒体指的是网络媒体,国外讨论较多的 e 服务质量评测量表主要用于评估电子商务环境下的服务质量,不能直接应用于网络信息服务质量的评价。而对于网络信息服务质量的评价,在众多服务的质量度量方法研究中,Parasuraman,Zeithaml 和 Berry 提出的 SERVQUAL 评价模型得到了学术界的认可和使用。由于网络的发展完全拓展了传统意义上服务的外延与内涵,不少学者对 SERVQUAL 在网络环境下的适应性进行了广泛的研究和探讨。

## 一、基于 SERVQUAL 量表的新媒体网站服务质量指标测评体系的建立

本文归纳了焦玉英等学者的研究成果,探索性的提出了由网站便捷性、网站信息内容、网站美学性、网站个性化、安全性、帮助支持等 6 个维度组成

的一级评价指标和 18 项二级指标的新媒体网站服务质量测评指标体系,以及新媒体用户整体满意度测评指标组成的评价体系。通过此指标体系的建立,分别测量了用户在 6 个方面使用新媒体网站服务质量的满意度,然后再运用此指标体系体系,和新媒体网站用户整体满意度进行相关分析,检验这 6 个维度对用户整体满意度有没有影响。由于新媒体技术飞速发展,对网络的使用千差万别,我们首先在武汉光谷地区抽取了 40 名在职人员进行了试调查,对这些被调查者在学历、年龄结构上进行了分层研究,抽取了 20 名本科以上学历和 20 名本科以下学历人员进行问卷调查,研究发现,这 40 名研究对象在网络上主要集中在学习网站、专业类视频网站(如优酷网、土豆网、PPTV、乐视等)、社交网络(如人人网、开心网等)、网络舆论活动(如微博、微信、博客、论坛等)、维基百科、即时通讯工具(如 QQ、MSN、人人桌面等)、新闻门户网站(如新浪网、搜狐网、凤凰网等)、网络购物平台,如淘宝、京东商城、当当网等、网

收稿日期:2015-03-24

作者简介:罗清萍(1976-),女,湖北荆门人,硕士研究生,武汉职业技术学院人文学院讲师,研究方向:公关策划、市场调查、高等教育管理。

游这 9 大类网站的使用，本研究后续的调查主要是针对这些网站进行。

二、问卷的设计和抽样方法

本研究的问卷主要由三部分组成，第一部分是研究对象的基本情况，由 5 个指标组成：性别、年龄、受教育程度、从事行业、月收入；第二部分为新媒体网站的使用情况，由 4 个指标组成：每周上网时间、经常使用媒体类型、经常使用网络媒体类型、使用网络媒体的用途；第三部分为新媒体网站服务质量评价指标体系。

本研究的抽样方法为试调查的方法，于 2014 年 12 月在武汉市抽取在职人员进行问卷调查，共发放问卷 500 份，回收问卷 380 份，其中有效问卷 353 份，有效问卷回收率为 93.7%。本次抽取的 353 个样本中，男性占了 57.2%，女性占比为 42.8%，被调查者年龄以 35 岁以下者占绝大多数，为 90.6%，受教育程度以专科和本科层次最多，两者占比为 81%。研究对象各行各业都有，月收入以 3000-5000 元的居多，占比达到 36.5%，月收入为 3000 元以下居第二位，占比达到 30.6%。

三、新媒体网站使用情况调查与数据分析

(一) 新媒体网站使用情况的统计分析

对新媒体网站的使用情况，研究设计了 4 个指标进行测量，其中对新媒体使用时间设计指标“每周上网时间”，统计结果表明，每周上网时间 10 小时以上的，占到样本总数的 77.1%，其中有 28.3% 的样本每周上网时间在 30 小时以上。

(二) 经常使用媒体类型的统计分析

对于经常使用的媒体类型，我们列出了 8 个选项供被调查者进行选择，分别为“网络、电视、户外媒体、报刊、杂志、电影、电台广播、其他”。对这 8 个选项可以多选并进行排序，我们运用多响应分析进行统计分析，结果说明，8 个答案一共被选择了 1049 次，其中有 320 人选择了“网络”，占比为 30.5%，排第一，其次为“电视”，占比为 19.5%，第三为“户外媒体”，占比为 13.5%，排第四的为“报纸”，占比为 11.0%。数据表明人们首选网络作为经常使用的媒体类型，这一比例远远大于其他的媒体类型。

(三) 常用网络媒体类型的统计分析

在经常使用的媒体类型中，本研究设计了一个

指标“常用网络媒体类型”来测量选择“网络”的 320 人，设计的 10 个答案为“视频网站、即时通讯工具、新闻门户网站、网络舆论活动、社交网站、网络购物平台、学习网站、维基百科、网游、其他”供样本选择。数据进行多响应分析后所得结果说明，10 个答案一共被选择了 1050 次，其中 259 人选择了“视频网站”，占比为 24.7%，排第一位；排第二位的为即“即时通讯工具”，占比为 21.2%；排第三位的为“网络舆论活动（指微信、微博等）”，占比为 15.1%，这表明抽取的在职人员主要使用视频网站、QQ（微信）等即时通讯工具和网络舆论活动（微博、天涯社区）等。

为了进一步研究这些使用网络的功能，本研究设计了测量指标“平时使用的网络功能”，并对数据进行了多响应分析，结果显示出研究对象使用网络的功能主要是看新闻、玩游戏、聊天交友和看电视、听音乐，这和前面的研究结论是一致的，现在很多的视频网站、即时通讯工具、微博、微信等网站既能提供新闻，又能提供游戏，并能进行聊天交友等多项功能，这些功能也使更多的用户去使用这些媒体网站。

四、新媒体服务质量测评的统计分析

为进一步测评新媒体网站为研究对象提供的服务质量水平，我们设计了 6 个维度 28 个指标来进行测量。答案用李克特量表五点法进行设计，分别为“很不满意、不够满意、一般满意、比较满意、很满意”，依次给出得分为“1、2、3、4、5 分”。为确就媒体服务质量测量指标统计结果的真实性，在对调查问卷的结果进行统计分析前，首先对信度进行了分析。我们对 6 个新媒体服务质量一级指标共 28 个二级测量指标进行了 Cronbach's Alpha 内部一致性信度分析，统计结果表明本次调查数据的信度系数为 0.968，可以认为本问卷的内部信度是很高。为进一步分析新媒体网站服务质量，运用 SPSS20.0 软件生成新变量功能，把新媒体网站 6 个维度下的各二级指标相加后取平均值，生成 6 个新变量“新媒体网站便捷性、新媒体网站内容质量、新媒体网站美学性、新媒体网站个性化、新媒体网站安全性、新媒体网站帮助支持”，把 2 个新媒体用户满意度二级指标相加后取平均值生成一个新变量“新媒体用户整体满意度”做进一步的统计分析。

(一) 6 个新媒体网站满意度测评指标和用户整体满意度描述性统计分析

表 1 变量的描述性统计分析表

	新媒体网站 便捷性	新媒体网站 内容	新媒体网站 美学	新媒体网站 个性化	新媒体网站 安全性	新媒体网站 帮助支持	新媒体用户 整体满意度
中位数	3.71	3.67	3.50	3.50	3.00	3.50	3.33
平均值	3.70	3.58	3.50	3.47	3.13	3.45	3.33
均值标准误差	0.04	0.03	.04	0.05	0.05	0.04	0.05

表 1 数据说明，合并新生成的 6 个新媒体网站的平均值和中位数的数据取值都在 3-4 之间，均值的标准误差值都小于或等于 0.05。这说明使用这些测量指标来测评用户新媒体网站各方面的满意度具有较高的可靠性和稳定性，用户对新媒体 6 个服务质量方面满意程度都介于“一般满意”和“比较满意”之间。

(二)6 个自变量和用户整体满意度的相关分析

为了进一步研究 6 个自变量对用户整体满意度的影响，我们运用 SPSS20.0 中的相关分析的 Pearson 测量法分别用 6 个变量和用户整体满意度进行了相关分析，选用单侧检验，得到 6 个相关系数，统计结果如表 2 所示。

表 2 6 个自变量与用户整体满意度相关分析

自变量	因变量 用户整体满意度	
	Pearson 相关性	P 值
新媒体网站便捷性	0.287	0.000
新媒体网站内容质量	0.401	0.000
新媒体网站总体美学性	0.457	0.000
新媒体网站个性化	0.310	0.000
新媒体网站安全性	0.555	0.000
新媒体网站帮助支持	0.521	0.000

表 2 数据表明，6 个网站服务水平和用户整体满意度都存一定的正相关关系。6 项中新媒体网站的安全性和用户整体满意度呈中高度正相关，是用户最关注的，其次是新媒体网站的提供的帮助和支持，能为用户提供的帮助和支持越多，用户的满意度越高。6 项之中，新媒体网站便捷性和用户整体满意度呈现的相关最弱，这一结果最大的原因可能是我们有针对性的调查的商业网站基本都能提供好的便捷服务，用户在这一项上的关注度大大降低，而用户整体满意度和新媒体网站安全性、新媒体网站帮助支持两项的相关系数最高分别为 0.555 和 0.521，达到中度以上相关。但这还只是初步的分析结果，我们必须采用多元回归分析方法找出少数几个有代表性的自变量，即这少数几个自变量能对新媒体用户整体满意度产生主要影响。

表 3 6 个自变量与用户整体满意度的多元回归分析

变量		标准回归系数	T 值	Sig
已进入方程	新媒体网站安全性	0.358	6.365	0.000
	新媒体网站帮助支持	0.228	3.984	0.000
F=25.539 P=0.000				
未进入方程	新媒体网站便捷性	-0.010	-0.169	0.866
	新媒体网站美学性	0.074	1.138	0.256
	新媒体网站内容质量	0.074	1.124	0.262
	新媒体网站个性化	-0.006	-0.116	0.908

(三)6 个自变量逐步回归统计分析结果

通过统计分析，我们将 6 个自变量与用户整体满意度建立回归数学模型。按照以下方法确定进入方程和被删除的变量：假如一个变量的 F 显著性水平值小于所设定的进入值(Enter vaule)，那么这个变量将被选入方程式。我们将进入值设定为 0.05，假如一个变量 F 值的显著性水平大于所设定的删除值(Removal value)，这个变量将被删除，本文将删除值设定为 0.01。调用统计软件中的多元逐步回归方法对以上自变量和因变量进行分析，得到的逐步回归分析结果如表 3 所示。

为进入回归方程共有 2 个因素，分别为新媒体网站安全性、新媒体网站帮助支持。它们和因变量的相关系数分别为 0.358 和 0.228。回归分析的 F 值等于 25.539，P 值等于 0.000。根据以上进入方程的 2 个变量的标准化回归系数我们可以建立一个标准的回归方程模型，设自变量为 Y，其标准化回归方程为： $Y=0.358 \times \text{新媒体网站安全性} + 0.228 \times \text{新媒体网站帮助支持}$ ，Y 值代表用户整体满意度的得分。而未进入方程的变量的回归系数都很不显著，误差率都大于 0.05。新媒体网站安全性作为影响用户整体满意度的第一重要因素说明，新媒体网站的安全性越好，用户的整体满意度就越高，这个自变量与用户整体满意度呈正向线性相关。其次为新媒体网站提供帮助支持，它和用户整体满意度也呈正向线性相关。

五、结论

(一)新媒体网站在媒体使用中占主导地位，常用的媒体类型以视频网站和即时通讯工具为主

调查结果说明，被调查的 353 个人中，经常使用的媒体类型中选择了“网络”媒体的占比为 30.5%，排在了第一位，比排第二位的“电视”和排第三位的“户外媒体”的人数多了将近一倍。这说明调查对象首选网络作为他(她)们经常使用的媒体类型。而在经常使用的“网络媒体”选项中，选择“视频网站”的人占比为 24.7%，排在了第一位，排第二位的为即“时通讯工具”，占比为 21.2%；排第三位的为“网络舆论活动(指微信、微博等)”，占比为 15.1%，这表明抽取的在职人员主要使用视频网站、QQ(微信)等即

时通讯工具和网络舆论活动(微博、天涯社区)等网络媒体类型。

(二)新媒体网站安全和网站提供的帮助支持二个服务指标成为影响网络用户整体满意度的最主要因素

在网络信息服务中,新媒体网站便捷性、新媒体网站内容、新媒体网站美学、新媒体网站个性化、新媒体网站安全性、新媒体网站帮助支持等6个因素都在一定程度上影响用户整体满意度。但通过进一步的多无回归分析得出新媒体网站安全性、新媒体网站提供的帮助支持2个因素是影响用户整体满意度的最主要因素。这个研究结论和有的学者在2008年做过的相似的调查结果是不太相同的。这说明经过7年的发展,网络媒体在提供的信息内容质量、网站的便捷性、网站的个性化等服务水平方面都有

大幅提升,特别是互联网在信息的定制、搜索引擎运用、即时通讯、网络社区等等多种服务手段方面的整合程度高,用户的满意度已达到较高的水平。而相对应的新媒体网站的安全性、提供的帮助支持反而成了制约网络服务质量的关键所在,新媒体网站要想进一步提高自己的服务质量,必须在安全性和帮助支持方面下大功夫。

#### 参考文献:

- [1] 焦玉英,雷雪.基于用户满意度的网络信息服务质量评价模型及调查分析[J].图书情报工作,2008,2(52):81-84.
- [2] 邓爱民,陶宝,马莹莹.网络购物顾客忠诚度影响因素的实证研究[J].中国管理科学,2014,6(22):94-102.

[责任编辑:张 磊]

## Empirical Study on Quality Management of New Media Website Service Based on SERVQUAL Scale

LUO Qing-ping

(Wuhan Polytechnic, Wuhan430074, China)

**Abstract:** The research is based on a survey investigation. It creates a scale which measures the accessibility of website, credibility of information contained, aesthetic value, customization, security and support service. The data show that customers are either very satisfied or more satisfied with the six service items. Among them, users cares more about the security and help and support service.

**Key words:** new media; website service quality; SERVQUAL scale; service index