

主客互动对大学生民宿产品选择的影响调查分析

李梓杨,孙文福

(沈阳师范大学旅游管理学院,辽宁 沈阳 110034)

摘要:本文基于主客互动角度,对大学生的民宿产品选择影响进行问卷调查,发现由房东提供的生活用品为最显著的影响因素,其次为收寄服务,而特色餐饮、旅游服务以及建立长期联系等一般。上述调查结果有助于为民宿发展提供参考。

关键词:主客互动;民宿;大学生;影响

[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2021.11.324

旅游中的主客互动是一种独特的旅游吸引物并影响旅游者的满意度。随着民宿的发展,主客互动成为运营管理者需要关注的重点领域。本文基于主客互动角度,采用问卷调查法分析主客互动对大学生民宿产品选择的影响,旨在为民宿运营管理模式的创新提供参考依据。

1 问卷设计与样本信息

本文根据民宿住客互动的内涵设计调查问卷,包括入住前信息、生活用品、医疗器械、收寄服务、特色餐饮、旅游服务、建立长期关系等7个方面。调查共发放在线问卷121份,回收有效问卷120份。调查样本覆盖南京航空航天大学、沈阳师范大学等多所高校。有效样本的性别比例为32.5:67.5,以本科二年级(55.8%)与本科三年级(22.5%)为主,年入住频率1-3次的被调查者人数最多(77.5%),其次为4-10次(15.8%),较少有被调查者大于10次(6.7%);可见,基于本研究的调查方法,样本结构较为合理。

2 调查结果分析

表1 大学生对主客互动影响选择的感知

因子	均值	标准偏差	因子	均值	标准偏差
A 入住前信息	3.95	0.420	C5 阿莫西林胶囊	3.70	0.949
A1 天气情况	3.63	1.013	C6 999感冒灵	3.86	0.892
A2 抵达方式	3.95	0.839	C7 创可贴	3.41	1.185
A3 接送信息	3.83	0.92	D 收寄服务	4.15	0.167
A4 民宿简介	4.32	0.769	D1 大物件房东暂存	4.18	0.86
A5 具体地址/房间	4.55	0.633	D2 房东代收快递	3.97	1.004
A6 问候语	3.43	0.958	D3 告知外卖地址	4.3	0.826
B 生活用品	4.27	0.309	E 特色餐饮	3.73	0.165
B1 卫生纸	4.64	0.632	E1 点心零食	3.82	0.97
B2 面巾纸	4.31	0.896	E2 主食	3.83	1.007
B3 洗发露	4.35	0.885	E3 礼盒商品	3.54	1.02
B4 沐浴露	4.30	0.885	F 旅游服务	3.89	0.098
B5 香皂	4.03	0.939	F1 本地旅游手册	4.02	0.869
B6 牙膏牙刷	4.39	0.863	F2 公众号推送	3.83	0.929
B7 马桶垫	4.24	0.879	F3 管家推荐	3.95	0.969
B8 洗面奶	3.59	1.049	F4 咨询台	3.89	0.951
B8 吹风机	4.56	0.683	F5 导游服务	3.77	0.968
C 医疗器械	3.82	0.223	G 建立长期关系	3.53	0.199
C1 消毒液	4.13	0.888	G1 添加微信	3.76	0.907
C2 碘伏	3.90	0.893	G2 日常交流	3.39	0.998
C3 绷带	3.81	0.964	G3 新活动推荐	3.45	0.951
C4 体温计	3.93	0.963			

从表1可知大学生认为选择民宿产品中,由房东提供的生活用品是7个因子中最显著的影响因素,均值达4.27,标准差也低至0.309。其中卫生纸和吹风机为最重要的物件,均值超过4.5。其次为收寄服务,其中大学生认为民宿房东需要告知房客定外卖的地址,以及对大物件进行房东寄存也有较高的需求,将影响大学生的消费体验和回购。入住前信息中最重要的为具体地址与房间号,成为房客与房东信息互动之间的必需项。由于文化主题民宿正处于发展变

革中,特色餐饮、旅游服务以及建立长期联系对大学生的感知一般,不如其他因素强烈,但标准差值均较大,说明不同人对这三项的感知程度存在明显差异,未来或许成为更重要的影响因素。后疫情时代,医疗器械中,消毒液和体温计的需求明显高于其他几项。说明大学生在民宿产品的选择上重视安全性和自身的保护。房东为其准备的医疗器械可以起到良好的物品互动。行为互动中的接送服务,由于受到影响,大学生有意识的减少与房东的面对面交流,房东亲自接送的选择并不显著。情感互动的消息回复,对于大学生而言,对待与房东之间的消息沟通,对回复速度的要求相对宽容,有47.5%的人认为20分钟内回复即为合理可接受。

3 结束语

综上所述,本文基于主客互动角度,设计调查问卷调查主客互动对大学生民宿产品消费选择的影响并进行具体分析,发现民宿产品的主客互动因素对大学生消费选择影响存在差异,其中由房东提供的生活用品为最显著的影响因素,其次为收寄服务,医疗器械中,消毒液和体温计的需求明显高于其他几项。根据上述调查结果对影响大学生选择民宿产品的主客互动因素进行分级,有助于为民宿细分市场及优质发展提供参考。

根据大学生对不同主客互动服务的感知程度与消费体验,将各个细分项分为三类。第一、必要且优质。感知度较高,且对于大学生而言必要且需优质。第二、优化。这一部分服务目前有很大的进步空间,需要进一步优化,对于主客互动而言不是必需的。第三、差异化,并不被更多人感知,但也确实可以存在,引导差异化发展,打造自身核心竞争力。

参考文献

[1]罗雯婷,谢双玉,李亚娟,乔花芳,冯娟.旅游者对民宿中主客互动方式重要性的感知差异研究[J].华中师范大学学报(自然科学版),2020,54(06):1004-1014.