

文章编号:1000-582X(2006)08-0154-05

# 旅游目的地竞争力影响因素的实证研究\*

易丽蓉<sup>1,2</sup>,傅强<sup>2</sup>

(重庆大学 1. 数理学院; 2. 经济及工商管理学院, 重庆 400030)

**摘要:**根据对大量现存文献的研究,将旅游目的地竞争力的影响因素概括为5个方面,基于对“目的地竞争力标识”的研究文献,编制了“旅游目的地竞争力测试量表”,并在国内18个省市做了问卷调查,通过相关分析验证了旅游支持因素、旅游资源、目的地管理、需求状况、区位条件5个因素与目的地竞争力正相关性假设。

**关键词:**旅游目的地竞争力;影响因素;相关分析

**中图分类号:**F590

**文献标识码:**A

任何旅游目的地都必须确保它们在各个方面具有吸引力,它们必须赶上甚至超过许多对潜在游客开放的可选择的旅游目的地。这就要求人们必须识别出影响旅游目的地竞争力的关键因素,并研究这些关键因素对旅游目的地竞争力的影响。

国内关于“旅游目的地竞争力”的研究集中于旅游国际竞争力和旅游城市形象塑造两方向,目前还没有比较系统的旅游目的地竞争力影响因素研究。国外,自Porter(1990)<sup>[1]</sup>提出竞争优势理论后,Poon(1993)<sup>[2]</sup>、Go和Govers(1999)<sup>[3]</sup>、Hassan(2000)<sup>[4]</sup>、Bruce Prideaux(2000)<sup>[5]</sup>、Kim(2000)<sup>[6]</sup>、Crouch-Ritchie(2000,2001,2003)<sup>[7]</sup>都先后研究了旅游目的地竞争力的影响因素,并以不同的表达方式构建了“旅游目的地竞争力模型”。韩国和澳大利亚学者Kim & Dwyer等(2001)<sup>[8]</sup>吸收了Crouch-Ritchie的旅游目的地竞争力7因素模型,提出了“目的地竞争力综合模型”(以下简称“综合模型”)。根据对大量现存文献的研究,将旅游目的地竞争力的影响因素概括为5个方面,编制了“旅游目的地竞争力测试量表”,在国内18个省市做了问卷调查,通过相关分析验证了旅游支持因素、旅游资源、目的地管理、需求状况、区位条件5个因素与目的地竞争力正相关性假设。

## 1 研究设计

以“综合模型”为主要的理论依据,首先将旅游目

的目的地竞争力影响因素概括为5个方面,并提出与旅游目的地竞争力相关的2个假设;其次,在韩国和澳大利亚学者(2001)构建的“目的地竞争力测试标识”的基础上,编制了包括6个量表的“旅游目的地竞争力测试量表”,在国内18个省市做了问卷调查;通过对问卷信度和效度的检验,用相关分析验证了与旅游目的地竞争力相关的2个假设。

### 1.1 变量设计及假设

先将“综合模型”中的目的地竞争力标识、经济繁荣、国家或地区的竞争力标识删去,把“综合模型”中的“原赋资源”和“创造资源”合并为“旅游资源”,将“旅游支持资源和因素”改为“旅游支持因素”,将旅游目的地竞争力影响因素为:旅游支持因素、旅游资源、目的地管理、需求状况和区位条件。上述5个因素所代表的概念连同旅游目的地竞争力将作为实证研究的6个潜在变量。

假设1:旅游支持因素、旅游资源、目的地管理、需求状况、区位条件5个因素与旅游目的地竞争力呈显著正相关。

假设2:旅游支持因素、旅游资源、目的地管理、需求状况和区位条件5个因素之间也呈显著正相关。

### 1.2 问卷设计

问卷主要利用韩国和澳大利亚学者研究的“目的地竞争力测试标识”(原文含有158个测试标识),通过合并、删减和增补形成了包括88个条目的测试量表,通过专家访谈,对测试量表又进行了合并、增补和

\* 收稿日期:2006-03-01

作者简介:易丽蓉(1971-),女,陕西汉中,重庆大学数理学院讲师,重庆大学经济及工商管理学院技术经济及管理专业在读博士生,研究方向旅游经济管理。

删减形成了包括6个量表共61个条目的“目的地竞争力初试量表”。量表采取Likert5点评分法,选项“非常反对”“反对”“不赞同也不反对”“赞同”“非常赞同”五个级别分别用1,2,3,4,5来计分。

## 2 数据收集

### 2.1 量表信度与效度检验

为了检验“目的地竞争力初试量表”的信度和效度,先进行了小样本测试。样本由重庆市旅游管理专业本科4年级学生、旅游管理专业研究生以及旅游管理专业教师共57人组成。用L. J. Cronbach的 $\alpha$ 系数来检验量表的信度,用石金涛,王莉(2004)<sup>[9]</sup>使用的因子分析和主成分分析法来检验量表的构念效度。

#### 2.1.1 量表信度检验

(1)对旅游支持因素的12个条目做了探索性因素分析,根据探索性因素分析结果进行信度分析,删除CITC < 0.5的条目27、29、30、31、32。(2)对旅游资源的14个条目做探索性因素分析,根据探索性因素分析结果进行信度分析,删除CITC < 0.5的条目3、6、7、9、11、15。(3)对目的地的管理16个条目做探索性因素分析,根据探索性因素分析结果进行信度分析,删除CITC < 0.5的条目43、46、57、58、60、61、63。(4)对需求状况的3个条目做探索性因素分析,根据探索性因素分析结果进行信度分析,由于3个条目的CITC > 0.5, $\alpha$ 系数(0.7549)和标准 $\alpha$ 系数(0.7589)都大于0.7,表明需求状况3个条目的置信度较高,予以保留。(5)对区位条件的12个条目做探索性因素分析,根据探索性因素分析结果进行信度分析,删除CITC < 0.5的条目39、40、49、62、64。(6)对目的地竞争力4个条目做探索性因素分析,根据探索性因素分析结果进行信度分析,由于4个条目的CITC > 0.5, $\alpha$ 系数(0.7084)和标准 $\alpha$ 系数(0.7107)都大于0.7,表明目的地竞争力4个条目的置信度较高,予以保留。

#### 2.1.2 量表效度检验

经过信度分析,删除了23个CITC < 0.5的条目,对留下的38个条目进行效度检验。

结果表明:6个潜在变量的取样适当系数(Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy KMO)都大于0.5(旅游支持因素的KMO值为0.575,旅游资源的KMO值为0.561,目的地管理的KMO值为0.712,需求状况的KMO值为0.686,区位条件的KMO值为0.727,目的地竞争力的KMO值为0.681),即适合进行因子分析。6个潜在变量的Bartlett球体检验的 $\chi^2$ 都达到了显著性水平(0.000),进一步表明6个潜在变量的观测变量(测试条目)之间是相关的,适合作因子分析。

各个潜在变量的构念效度检验结果为:

旅游支持因素的累计方差贡献率为66.680%,旅

游资源的累计方差贡献率为71.405%,目的地管理的累计方差贡献率为68.478%,需求状况的累计方差贡献率为67.507%,区位条件的累计方差贡献率为61.862%,目的地竞争力的累计方差贡献率为57.488%。以上结果显示:每一个潜在变量的累计方差贡献率都超过了50%,说明这些变量是有效的,即每一个潜在变量都有很高的构念效度。而且每一个潜在变量的因子载荷都大于0.6,有的甚至高达0.9,说明观察变量(测试条目)是有效的,即观察变量(测试条目)选取的比较恰当,应当保留来进行正式测试。

### 2.2 样本选取

正式测试的问卷分为电子的和纸质的两种。电子问卷是以Email的形式发出去,共收到72份有效的电子问卷。纸质的问卷发出680份,收回437份,31份问卷的遗漏项目很多,为无效问卷,有效问卷406份,问卷回收率59.71%。正式测试问卷包含了6个量表38个条目,有效样本数为478个。

## 3 统计分析与评论

### 3.1 描述性统计结果

经过统计,478个样本中男性占60.88%。平均年龄为31.3岁。受教育水平为:大专及以下的人数占总样本数的37.6%,本科占56.3%,研究生占6.1%。职业、收入水平以及从事旅游研究的年限等统计信息很多被试都没有填写,所以无法精确统计出来。

问卷中38个条目的平均得分都在3以上,表明被试对我们量表中所涉及的条目持赞同态度。对478份问卷的偏态系数S和峰态系数K进行了计算,发现问卷的偏态系数绝对值小于3,峰态系数绝对值小于10,可认为38个观察变量(测试条目)的数值符合正态分布(邱皓政,2003)<sup>[10]</sup>。

### 3.2 样本的信度检验

表1 6个潜在变量总的测试信度(Cronbach's Alpha)

| 测试潜在变量   | 测试条目数 | Cronbach's Alpha | Standardized item alpha |
|----------|-------|------------------|-------------------------|
| 旅游支持因素   | 7     | 0.7723           | 0.7742                  |
| 旅游资源     | 8     | 0.6572           | 0.6529                  |
| 目的地管理    | 9     | 0.7882           | 0.7886                  |
| 需求状况     | 3     | 0.7405           | 0.7400                  |
| 区位条件     | 7     | 0.7409           | 0.7406                  |
| 旅游目的地竞争力 | 4     | 0.7210           | 0.7260                  |

结果显示:6个潜在变量的 $\alpha$ 系数和标准 $\alpha$ 系数的值都大于0.6以上,按照李垣,刘益,冯琦等(2005)<sup>[11]</sup>的结论,问卷测试条目一致性程度很强,测量变量(测试条目)的可信度是令人满意的。但有13个测量变量的CITC < 0.5,予以删除,剩下25个测量变量的效度检验如下。

### 3.3 样本的效度检验和潜在变量得分计算

利用SPSS10.0的因子分析,得出6个潜在变量的取样适当系数KMO、Bartlett球体检验、变量的方差分

析、因子载荷以及变量的因素得分系数矩阵. 鉴于篇幅,在此只用文字说明了6个潜在变量的方差分析结果,以表格形式给出了6个潜在变量的因素得分系数矩阵(因子提取都采用主成分法,因素转轴利用直角转轴法).

旅游支持因素的效度检验结果显示,旅游支持因素由2个共性因子组成,共性因子1的可解释方差为37.778%,共性因子2的可解释方差为31.995%,累计方差贡献率为69.773%.

表2 旅游支持因素的因素得分系数矩阵

| 观察变量     | 共性因子1 | 共性因子2 |
|----------|-------|-------|
| VAR00021 |       | .519  |
| VAR00022 |       | .642  |
| VAR00023 | .266  |       |
| VAR00024 | .504  |       |
| VAR00025 | .519  |       |

Extraction Method: Principal Component Analysis, Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

通过对每个共性因子所包含的观察变量的分析,可认为共性因子1为“旅游服务”,将它记为 $f_1$ ;共性因子2为“一般设施”,将它记为 $f_2$ ;它们的得分为:

$$\text{旅游服务} = f_1 = 0.266 \times \text{VAR00023} + 0.504 \times \text{VAR00024} + 0.519 \times \text{VAR00025},$$

$$\text{一般设施} = f_2 = 0.519 \times \text{VAR00021} + 0.642 \times \text{VAR00022},$$

$$\text{旅游支持因素得分} = 37.778/69.773 \times f_1 + 31.995/69.773 \times f_2.$$

旅游资源的效度检验结果显示,旅游资源由3个共性因子组成,共性因子1的可解释方差为26.327%,共性因子2的可解释方差为23.633%,共性因子3的可解释方差为23.106%,累计方差贡献率为73.066%.

表3:旅游资源的因子得分系数矩阵

| 观察变量     | 共性因子1 | 共性因子2 | 共性因子3 |
|----------|-------|-------|-------|
| VAR00001 |       | .591  |       |
| VAR00002 |       | .597  |       |
| VAR00004 |       |       | .615  |
| VAR00005 |       |       | .603  |
| VAR00016 | .584  |       |       |
| VAR00017 | .554  |       |       |

通过对每个共性因子包含的观察变量的分析,我们认为共性因子1为“基础设施”,将它记为 $f_1$ ;共性因子2为“自然资源”,将它记为 $f_2$ ;共性因子3为“人文资源”,将它记为 $f_3$ ;它们的得分为:

$$\text{基础设施} = f_1 = 0.584 \times \text{VAR00016} + 0.554 \times \text{VAR00017},$$

$$\text{自然资源} = f_2 = 0.591 \times \text{VAR00001} + 0.597 \times \text{VAR00002},$$

$$\text{人文资源} = f_3 = 0.615 \times \text{VAR00004} + 0.603$$

$$\times \text{VAR00005},$$

$$\text{旅游资源} = 26.327/73.066 \times f_1 + 23.633/73.066 \times f_2 + 23.106/73.066 \times f_3.$$

目的地管理的效度检验结果显示,目的地管理由1个共性因子组成,共性因子1的可解释方差为54.500%,累计方差贡献率为54.500%.

表4:目的地管理的因子得分系数矩阵

| 观察变量     | 共性因子1 |
|----------|-------|
| VAR00047 | .462  |
| VAR00051 | .424  |
| VAR00054 | .467  |

目的地管理的得分为:

$$\text{目的地管理} = 0.462 \times \text{VAR00047} + 0.424 \times \text{VAR00051} + 0.467 \times \text{VAR00054}$$

需求状况的效度检验结果显示,需求状况由1个共性因子组成,共性因子1的可解释方差为65.855%,累计方差贡献率为65.855%.

表5:需求状况的因子得分系数矩阵

| 观察变量     | 共性因子1 |
|----------|-------|
| VAR00018 | .389  |
| VAR00019 | .423  |
| VAR00020 | .420  |

需求状况的得分为:

$$\text{需求状况} = 0.389 \times \text{VAR00018} + 0.423 \times \text{VAR00019} + 0.420 \times \text{VAR00020}$$

区位条件的效度检验结果显示,旅游资源由1个共性因子组成,共性因子1的可解释方差为55.904%,累计方差贡献率为55.904%.

表6:区位条件的因子得分系数矩阵

| 观察变量     | 共性因子1 |
|----------|-------|
| VAR00034 | .317  |
| VAR00035 | .340  |
| VAR00036 | .344  |
| VAR00037 | .336  |

由上面的分析,区位条件的得分为:

$$\text{区位条件} = 0.317 \times \text{VAR00034} + 0.340 \times \text{VAR00035} + 0.344 \times \text{VAR00036} + 0.336 \times \text{VAR00037}$$

目的地竞争力的效度检验结果显示,目的地竞争力由1个共性因子组成,共性因子1的可解释方差为55.362%,累计方差贡献率为55.362%.

表7:目的地竞争力的因子得分系数矩阵

| 观察变量     | 共性因子1 |
|----------|-------|
| VAR00067 | .334  |
| VAR00068 | .355  |
| VAR00069 | .373  |
| VAR00070 | .273  |

目的地竞争力的得分为:

$$\text{目的地竞争力} = 0.334 \times \text{VAR00067} + 0.355 \times \text{VAR00068} + 0.373 \times \text{VAR00069} + 0.273 \times \text{VAR00070}$$

综合上面的分析:各个潜在变量的因素累计方差贡献率都达到50%以上,表明6个潜在变量有较好的构念效度。

### 3.4 目的地竞争力影响因素的相关分析

利用SPSS10.0的相关分析,对旅游目的地竞争力与5个影响因素之间的相关关系进行分析。

表8 旅游目的地竞争力潜在变量之间的Pearson相关系数矩阵(N=478)

|        | 支持因素  | 旅游资源    | 目的地管理   | 需求状况    | 区位条件    | 目的地竞争力 |
|--------|---|---------|---------|---------|---------|--------|
| 支持因素   | Pearson Correlation 1.000<br>Sig. (1-tailed) .      |         |         |         |         | ②      |
| 旅游资源   | Pearson Correlation .335 **<br>Sig. (1-tailed) .000 | 1.000   |         |         |         | ④      |
| 目的地管理  | Pearson Correlation .394 **<br>Sig. (1-tailed) .000 | .377 ** | 1.000   |         |         | ①      |
| 需求状况   | Pearson Correlation .334 **<br>Sig. (1-tailed) .000 | .698 ** | .378 ** | 1.000   |         | ③      |
| 区位条件   | Pearson Correlation .399 **<br>Sig. (1-tailed) .000 | .256 ** | .462 ** | .254 ** | 1.000   | ⑤      |
| 目的地竞争力 | Pearson Correlation .364 **<br>Sig. (1-tailed) .000 | .359 ** | .411 ** | .360 ** | .225 ** | 1.000  |

注:1、\*\*表示p<0.01(单边检验);2、①到⑤代表5个因素与旅游目的地竞争力之间的相关强度由高到低的排序。

旅游支持因素、旅游资源、目的地管理、需求状况、区位条件与旅游目的地竞争力之间的作用机制是怎样的,我们将做进一步研究。

## 4 结论

由表8得出以下结论:

1) 旅游目的地竞争力的5个影响因素与目的地竞争力都呈正相关,而且相关系数都达到了显著水平(p<0.01)。旅游支持因素、旅游资源、目的地管理、需求状况、区位条件5个因素与目的地竞争力的Pearson相关系数分别为:0.364、0.359、0.411、0.360、0.225,验证了假设1——旅游支持因素、旅游资源、目的地管理、需求状况、区位条件5个因素与旅游目的地竞争力呈显著正相关。

2) 旅游目的地竞争力的5个影响因素之间也都呈正相关,而且相关系数都达到了显著水平(p<0.01)。以旅游资源为例,它与旅游支持因素、目的地管理、需求状况和区位条件的Pearson相关系数分别为:0.335、0.377、0.698、0.256,验证了假设——旅游支持因素、旅游资源、目的地管理、需求状况和区位条件5个因素之间也呈显著正相关。

此外,5个因素与目的地竞争力相关强度由高到低的排序表明:5个因素对目的地竞争力的影响程度是不一样的,其中对旅游目的地科学全面地管理对旅游目的地竞争力影响最大。5个因素之间的相关强度也有高低排序,说明5个因素与其它因素的关系密切程度也是不一样的。比如,旅游资源与需求状况的关系( $r_s=0.698$ )要比它与其它因素的关系密切得多。

综上所述,笔者认为:旅游支持因素、旅游资源、目的地管理、需求状况、区位条件是旅游目的地竞争力的5个影响因素;旅游支持因素、旅游资源、区位条件、目的地管理和需求状况5个因素也存在交互作用。至于

### 参考文献:

- [1] PORTER, MICHAEL E. The Competitive Advantage of Nations[M]. New York: The Free Press, 1990.
- [2] POON A. Tourism, Technology and Competitive Strategies[M]. Oxon, UK: CAB International, Walingford, 1993.
- [3] GO, GOVERS. The Asian Perspective: Which International Conference Destinations in Asia are the most Competitive[J]. Journal of Convention & Exhibition Management, 1999, 1(4): 37-50.
- [4] HASSAN S. Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable[J]. Tourism Industry Journal of Travel Research, 2000, 38(3): 239-245.
- [5] PRIDEAUX B. The Role of the Transport System in Destination Development[J]. Tourism Management, 2000, 21(1): 53-64.
- [6] DWYER L, CW KIM. Destination Competitiveness. Determinants and Indicators[J]. Tourism Management, 2001, 23(1): 13-21.
- [7] RITCHIE, JR, CROUCH G I. The Competitive Destination: A Sustainability Perspective[J]. Tourism Management, 2000, 21(1): 1-7.
- [8] KIM & DWYER. Destination Competitiveness[C]: Development of a Model with Application to Australia and the Republic of Korea, October 2001.
- [9] 石金涛,王莉. 管理技能的因子分析及其对绩效影响的实证研究[J]. 管理工程学报, 2004, (1): 76-80.
- [10] 李垣,刘益,冯珩. 不同驱动与控制下的战略变化速度与幅度研究[J]. 管理工程学报, 2005, (2): 6-11.
- [11] 邱皓政. 结构方程模式[M]. 台湾: 双叶书廊有限公司, 2003.

## Empirical Study of Influencing Factors on Destination Competitiveness

YI Li-rong<sup>1,2</sup>, Fu-qiang<sup>2</sup>

(1. College of Math and Physics Chongqing University ;

2. College of Economics and Business Administration; Chongqing, 400030, China)

**Abstract:** The authors have generalized 5 influencing factors on Destination Competitiveness from a large number of existing literatures. According to the study of Destination Competitiveness indicators they have made up a Measurement Scales on Destination Competitiveness and then made a survey questionnaire in 18 provinces and cities in China. The hypotheses are validated that there are positive relationships between the Supporting Factors, Tourism Resources, Destination Management, Demand Conditions, Situational Conditions and the Destination Competitiveness via the correlation analysis.

**Key words:** destination competitiveness; influencing factors; correlation analysis

(编辑 张小强)

(上接第 153 页)

[11] 卢娜, 罗兵, 廖冰, 等. 部分短缺量拖后且考虑最终产品变质的 VMI 模型[J]. 工业工程与管理, 2005, 10(6):23-27,32.

[12] 罗兵, 杨帅, 熊中楷. 短缺量拖后率、需求和采购价均为时变的变质物品 EOQ 模型[J]. 中国管理科学, 2005, 13(3):44-49.

[13] 罗兵, 熊中楷, 杨秀苔. 存货影响销售率且理论需求为

线性时变函数时的 EOQ 模型[J]. 中国管理科学, 2002, 10(6):66-71.

[14] 罗兵, 杨帅, 李宇雨. 变质物品在存货影响销售率且需求和采购价均为时变时的 EOQ 模型[J]. 工业工程与管理, 2005, 10(3):40-44.

[15] 韩松, 何崇仁, 刘建平. 需求为任意次函数存贮模型的最优解[J]. 系统工程, 2003, 21(4):20-22.

## A Production-inventory Model for Deteriorating Items with Variable Lost Sale Factor

CHEN Hui, LUO Bing, YANG Xiu-tai, YI Li-rong

(College of Economics and Business Administration, Chongqing University, Chongqing 400030, China)

**Abstract:** This paper presents an exponential time-varying demand production-inventory mode for deteriorating items with variable lost sale factor and backlogging rates relative to the inventory level and production stages during shortage period. The unique optimal solution is found by Mathematica 5.0. It is proved that service level and deteriorating rate have a greater impact on inventory total cost than demand increasing factor and lost sale factor by sensitivity analysis. The factors must be considered for inventory decision-making of production enterprises.

**Key words:** backlogging rate; lost sale factor; deteriorating; exponential time-varying demand

(编辑 李胜春)