

基于灰色关联的江苏省旅游 竞争力影响因素研究

刘彬斌¹

(宿迁学院 商学院, 江苏 宿迁 223800)

【摘要】: 以“钻石模型”为基础, 层次化展开影响因素分析, 构建了提升旅游竞争力影响因素模型, 并运用灰色关联分析法对江苏省旅游竞争力影响因素展开实证研究。结果表明, 对江苏省旅游竞争力影响以旅游需求要素权重最大, 自然资源、人均 GDP、人均消费性支出、旅游企业、政府支持、星级景区资源等要素关联度排序靠前。并以此提出了针对性的对策建议。

【关键词】: 旅游竞争力 灰色关联分析法 层次分析 影响因素

【中图分类号】: F2 **【文献标识码】:** A

0 引言

江苏省政府致力于全面构建“畅游江苏”体系, 为策应“苏中崛起”“苏北振兴”, 推动旅游发展环境整体提升, 进一步优化旅游发展要素配置, 将苏中、苏北地区发展成为国内一流的旅游目的地。但是省域旅游业发展缓慢乏力, 特别是旅游经济的增长率相对偏低, 因此, 为保持江苏省旅游竞争力持续提升及发展方向, 并保持国内领先水平, 探寻省域旅游竞争力影响因素以及旅游经济高效增长源泉是迫切需要分析研究的问题。

1 理论研究

对于城市旅游的研究最早也是从西方开始的, Stansfield 在他的《美国休闲研究中的不平衡》中对城市旅游业重要性的论述, 使得此后从 70 年代开始便掀起了一股对城市旅游领域研究的热潮。但时至今日学者对于城市旅游的概念及基本理论没有统一的定论。Croes 等(2014)基于旅游满意度、旅游产出、收入水平等要素, 通过旅游竞争力理论及实证指数分析, 设计了旅游目的地的排名系统。刘佳、赵金金(2015)对省域旅游经济发展的空间分异进行系统研究, 定量分析主要影响因素, 交通区位条件对旅游经济发展促进作用较大, 其次为经济因素(人均国内生产总值), 再次为旅游资源因素(旅游资源禀赋)。张众(2017)运用灰色关联分析法, 将旅游经济发展看作一个灰色参考系统, 以城镇居民人均消费性支出、政府的财政预算支出、A 级景区数、旅游就业人数等 13 个要素作为比较系统, 探讨了旅游经济增长影响因素的综合关联度。李景初(2018)运用主成分分析方法, 分析了河南省国内旅游市场发展因素之间动态关联关系, 认为可支配收入处于第一主成分决定性因素地位; 旅客客运量在交通方式上变化明显, 公路客运出现迅猛发展, 民航客运量呈提升趋势; 旅游饭店、旅行社数处于结构性不均状态。

2 研究方法

作者简介: 刘彬斌(1983-), 女, 江苏宜兴人, 工商管理硕士, 副教授, 研究方向: 生态经济。

基金项目: 苏北发展研究院 2017 年度应用研究课题“江淮生态区建设的产业布局研究”(SFY17A06)

2.1 城市旅游竞争力影响因素选取

结合层次分析法, 分层级构建对旅游竞争力产生影响的各项因素, 通过对指标体系分析, 建立一个由目标层、准则层和指标层组成的递阶层次模型 (如表 1 所示)。

表 1 提升旅游竞争力影响因素指标

目标层	准则层	指标层	指标含义
旅游竞争力影响因素		自然资源 X_1	城市绿化覆盖面积
	旅游资源要素 Y_1	星级景区资源 X_2	由旅游景区数量和级别加权总和所得 ^①
		星级饭店资源 X_3	星级饭店数量和级别加权总和所得 ^②
		科技资源 X_4	旅游院校学生数
	支持性竞争条件 Y_2	交通周转能力 X_5	旅客周转量
		政府支持 X_6	用第三产业收入占 GDP 比重说明
	旅游企业和产业结构 Y_3	旅游企业 X_7	旅行社数量
		产业结构与管理 X_8	用旅游收入占第三产业收入的比值说明
	旅游需求要素 Y_4	需求满足能力 X_9	城镇居民人均家庭消费性支出
		潜在需求 X_{10}	人均 GDP

(1) 星级景区资源计算公式: $S = \sum_{i=1}^5 \lambda_i X_i$, 其中, X_i 表示 i 级旅游景区的数量, λ_i 表示 i 级旅游景区的权重, 设定 1-5A 级旅游景区的权重分别为:1、2、3、4、5。

(2) 星级饭店资源计算公式: $H = \sum_{i=1}^5 \lambda_i X_i$, 其中, X_i 表示 i 级星级饭店的数量, λ_i 表示 i 级星级饭店的权重, 设定 1-5A 级星级饭店的权重分别为:1、2、3、4、5。

2.2 数据搜集及处理

本研究主要采用 2014-2019 年的《中国旅游统计年鉴》《江苏统计年鉴》以及江苏省旅游局官方网站发布的统计数据 (2013、2014、2015 年江苏省旅游业发展统计公报) 来收集相关数据以作为本研究的指标。

2.3 方法

2.3.1 确定指标权重的层次分析法 (Analytic Hierarchy Process, AHP)

运用层次分析法做综合评价,需要经过以下几个步骤:第一,构建递阶层次结构;第二,构建两两比较判断矩阵;第三,层次单排序及一致性检验;第四,层次总排序及一致性检验。

2.3.2 确定影响因素关联度的灰色关联分析法

本研究将提升旅游竞争力作为一个灰色系统,其旅游总收入发展势态作为参考序列,综合运用层次分析法的指标层中各影响因素作为比较序列。为求研究的客观性与实际吻合,结合指标权重,通过灰色加权关联度分析寻求提升旅游竞争力的关键影响因素。

3 实证研究

3.1 指标权重分析

首先由两个及以上领域专家打分的方法,分别对准则层的旅游资源要素、支持性竞争条件、旅游企业和产业结构以及旅游需求要素等四个评价准则两两比较判断,确定其权重值。

其中, $\lambda_{\max}=4.1320$, 计算判断矩阵一致性指标 $CI=0.044$; 当 $n=4$ 时, $RI=0.90$, 计算一致性比率 $CR=0.0489<0.1$, 因此, 准则层指标判断矩阵与一致性检验符合要求。

与上述方法相同,最后计算得出指标层各要素的权重。

3.2 灰色加权关联度分析

3.2.1 进行标准化无量纲化处理

将旅游总收入(X_0)作为参考序列,自然资源(X_1)、星级景区资源(X_2)、星级饭店资源(X_3)、科技资源(X_4)、交通周转能力(X_5)、政府支持(X_6)、旅游企业(X_7)、产业结构与管理(X_8)、需求满足能力(X_9)、潜在需求(X_{10})等十大要素作为比较序列。

3.2.2 求解灰色关联系数

通过灰色关联系数矩阵的计算,得出各项要素指标与参考指标的关联度,并排序。

表 2 2014-2019 年江苏省旅游竞争力与各影响要素间的灰色关联度

目标层	准则层	指标层	综合关联度	排名
旅游竞争力影响因素		自然资源 X_1	0.9634	1
	旅游资源要素 Y_1	星级景区资源 X_2	0.9103	6
		星级饭店资源 X_3	0.4792	10
		科技资源 X_4	0.5515	9
	支持性竞争条件 Y_2	交通周转能力 X_5	0.6684	8

		政府支持 X_6	0.9258	5
	旅游企业和产业结构 Y_3	旅游企业 X_7	0.9486	4
		产业结构与管理 X_8	0.7640	7
	旅游需求要素 Y_4	需求满足能力 X_9	0.9577	2
		潜在需求 X_{10}	0.9536	3

3.2.3 灰色加权关联度分析

综合考虑指标层各要素权重与灰色关联度, 准则层四大要素对研究目标的影响程度及重要性排序。进行准则层的灰色加权关联度计算:

结合以上量化分析, 得到提升旅游竞争力的指标层影响因素综合关联度排名, 同时按影响程度具体为: $X_1 > X_6 > X_{10} > X_7 > X_9 > X_2 > X_8 > X_3 > X_4 > X_5$, 说明自然资源对旅游竞争力影响最大, 依次是需求满足能力、潜在需求、旅游企业、政府支持、星级景区资源、产业结构与管理、交通周转能力、科技资源和星级饭店资源。准则层四大影响因素程度按得分高低表现为: $Y_4 > Y_3 > Y_1 > Y_2$, 说明旅游需求要素模块对旅游竞争力总体影响最大, 依次是旅游企业和产业结构、旅游资源要素和支持性竞争条件。

3.3 结果分析

第一, 从准则层四大因素看, 灰色加权关联度均大于 0.75, 表明旅游资源要素、支持性竞争条件、旅游企业和产业结构和旅游需求要素与旅游竞争力的影响程度密切关联, 对钻石模型中研究要素的筛用是可取的。旅游需求要素以 0.9577 的灰色加权关联度远超其余三项, 是唯一一项大于 0.9 的要素项, 突出表现旅游需求要素对提升旅游竞争力的重要影响作用。旅游企业和产业结构 (0.8907) 屈居第二, 旅游资源要素 (0.7874)、支持性竞争条件 (0.7585) 依次居第三位、第四位。

第二, 从指标层影响因素看, 10 个影响因素的关联度均为正, 与研究目标呈现正向关系, 表明自然资源、交通周转能力、需求满足能力等指标因素对江苏省旅游竞争力的提升起到重要的推进作用。综合关联度排序前 5 位的影响因素中, 旅游需求要素的需求满足能力、潜在需求均在其中, 分别排序第二、第三位, 说明旅游需求要素对旅游竞争力影响较大。旅游资源要素的自然资源对旅游竞争力的提升影响最大, 但星级景区资源、星级饭店资源、科技资源等其余三项要素排序均靠后, 依次为第六位、第十位以及第九位。支持性竞争条件中政府支持要素排第五位, 交通周转能力要素排第八位, 旅游企业和产业结构的旅游企业要素排第四位, 产业结构与管理要素排第七位。

第三, 从综合关联度的数值上来看, 关联度越接近 1, 表明对研究目标的影响越积极, 自然资源、需求满足能力、潜在需求、旅游企业、政府支持、星级景区资源等六项指标要素关联度均超过 0.9, 说明以上六项因素对江苏省旅游竞争力的影响极其深远。产业结构与管理、交通周转能力持有 0.65 以上关联度, 对江苏旅游竞争力起到一定的正向促进作用。但是星级饭店资源、科技资源仅有微弱的关联度, 尤其是星级饭店资源, 关联度在 0.5 以下, 与第一位差距甚远, 此影响有待进一步正向改善。

第四, 从要素层次结构分析看, 旅游需求条件在总排序中占着最大的比重, 其中提升需求满足能力是提高旅游需求要素比重的关键。这反映出江苏旅游潜在市场还很丰富, 而开发和满足市场需求的能力是相当重要的。而提升需求满足能力一方面对于现有市场上游客的喜好的把握和满足, 另一方面就是对潜在需求的发掘, 在竞争激烈的前提下开发新的业务能够有效的避免竞争, 尤其是对于苏北五市旅游业发展相对落后的城市, 开发新需求, 引导行业创新更显得重要。旅游资源要素权重相对排末位, 其中星级饭店资源、科技资源不仅指标层单排序还是要素总排序, 两者权重都是处于最后位置。

参考文献:

- [1]Norbert Vanhover.Competition and the tourism destination[J].The Economics of Tourism Pestinations,2011,(5):147-191.
- [2]Massidda C,Etzo L.The determinants of Italian domestic tourism:A panel data analysis[J].Tourism Management,2015,33(3):603-610.
- [3]唐晓云.生产要素视角的中国旅游经济发展区域差异研究[J].经济地理,2016,30(10):1741-1751.
- [4]刘佳,赵金金.中国省域旅游经济发展的时空分异特征及其影响因素研究[J].经济问题探索,2016,(11):110-116.
- [5]李景初.基于主成分分析的河南省国内旅游市场影响因素研究[J].生态经济,2018,(12):104-108.